

“Biografía de una Champeta. *Producción, Difusión y Distribución de la Música de Picó, en Barranquilla Caribe de Colombia* ”

Monografía de grado para optar por título de
Antropólogo
Director de Monografía: Mauricio Pardo

Presentado por Rafael Francisco De la Ossa Archila

Programa de Antropología
Escuela de Ciencias Humanas
Universidad Colegio Mayor Nuestra Señora del Rosario

Semestre II de 2016
Bogotá, Colombia

Agradecimientos

Quiero agradecer y dedicar el presente trabajo a todas las personas que directa e indirectamente estuvieron involucradas en la realización del mismo. Es por ello que quisiera expresar mi profundo cariño a la escena champetúa y picotera de Barranquilla, que de no ser por ellos este trabajo no hubiera sido posible. Quisiera hacer una mención especial a Sintia y Danys Bertis, quienes me hicieron sentir parte de su familia y me mostraron el mundo de la verbena, del picó y de la 'gozadera'.

A mis padres, Luis Fernando De la Ossa y María Mercedes Archila quienes con su amor, apoyo e incluso crítica académica hicieron posible uno de mis sueños y ambiciones más grandes en la vida, convertirme en antropólogo. A mis compañeros de investigación y amigos María Alejandra Sanz y Andrés Bernal quienes contribuyeron enormemente en el presente trabajo. A Mauricio Pardo, quien ha sido en el desarrollo de este trabajo y de mis años de universidad una guía y un ejemplo a seguir. Por último, pero no menos importante a Catherine Aragón por su cariño, amor, palabras de aliento, y su lectura crítica del presente trabajo.

A todos muchas gracias.

Tabla de contenido

INTRODUCCIÓN	4
CAPÍTULO I.....	17
La Champeta y el Picó: Una historia de estigmatización y empoderamiento popular	17
Cambios y evolución del picó y la champeta.....	18
Estigmas y negaciones de la champeta	27
Desafíos y luchas para la reivindicación de la champeta.....	30
CAPÍTULO II	44
La verbena Picotera: Caracterizaciones y Generalidades del Picó en la ciudad de Barranquilla	44
Ubicación Geográfica y Categorizaciones de los Picós.....	45
Segmentación de los diferentes tipos de Picó	49
Mini Junior	50
Picó Junior	52
Picó	55
Súper Picó	59
Tecnología, infraestructura y perfiles de los trabajadores del picó	61
Personal del Picó	64
La Organización de la Verbena: El Picó Como Negocio Comercial.....	68
CAPÍTULO III.....	76
Circulación musical de la champeta: Procesos de creación, difusión y distribución.....	76
Producción y creación de la champeta.....	77
Difusión y Distribución de la música champeta	86
Difusión de la Champeta: Las Transformaciones del Sonido en vivo de un Exclusivo y La importancia del público y DJ's en el Picó	86
Distribución de la champeta: el picó, los distribuidores informales y las emisoras	91
Creación de Volúmenes como primera forma de distribución	92
Distribución: formas alternativas de llegar al público.	95
CONCLUSIONES	98
Anexos	107
Bibliografía	109

INTRODUCCIÓN

Desde los años 80's, en los barrios populares de Cartagena y Barranquilla se ha venido desarrollando un fenómeno musical denominado champeta. Este tipo de música es descendiente de bailes populares conocidos en la tradición regional como casetas o verbenas, en los cuales el eje central son grandes amplificadores de sonido denominados picós y datan aproximadamente del decenio de 1950 del siglo XX . Hacia la década de 1970 las verbenas/casetas tienen un gran auge lo cual permite que se expandan en número y popularidad los picó, conllevando así, a la creación de una red informal transnacional de música.

Llegan por vía marítima al Caribe colombiano ritmos venidos de África, las Antillas y el Caribe, los cuales tomaron gran aceptación en los barrios populares de Barranquilla y en los afrocolombianos de Palenque y Cartagena. Los discos que llegaban de estas partes del mundo eran adquiridos por los dueños de picós y tenían un valor simbólico y económico dado que se presentaban como *exclusivos* de un determinado picó. Dicha exclusividad era una herramienta o forma que permitía que el picó fuera más o menos popular porque ninguna otra persona dueña de picó tenía acceso a este disco.

La necesidad por ampliar el repertorio musical conllevó a que se estableciera también, una red informal local de circulación musical en la que por un lado, empezaron a copiarse de manera ilegal algunos de los discos, y por el otro, empezarán a grabarse esas mismas canciones con músicos locales. A partir de estas nuevas formas de circulación, comienzan a surgir cada vez más, grupos y artistas que tocan e interpretan música africana adaptándola a los contextos locales, dando origen así a la champeta. Hoy la champeta es el género musical que más se reproduce en las fiestas picoterías de ambas ciudades, lo cual hace de ésta el producto principal de comercialización de la mayoría de picós, teniendo en cuenta que los discos exclusivos ya no son de música africana, sino de champeta. La champeta no es sólo un fenómeno musical sino social, cultural y económico que merece ser analizado y estudiado. El tema de investigación que pretendo desarrollar en este proyecto de grado, es la

circulación musical abierta de la champeta en la ciudad de Barranquilla, en este sentido, pretendo tomar como punto de partida los Picós o sistemas de sonido, dado que éstos funcionan como productores de este tipo de música y son su principal medio de difusión, distribución y circulación.

Teniendo en cuenta que la investigación que soporta este trabajo fue realizada en el año 2010, en análisis que acá se desarrolla no cubre la nueva ola de champeta que se desarrolla en años posteriores, y en la que bajo figuras como Mr. Black, Kevin Florez, Sistema Solar y Bomba Estéreo este género musical tuvo un nuevo aire a nivel nacional reforjando y reforzando sus raíces.

El objetivo general de esta monografía es analizar y describir los procesos de creación, difusión y distribución por los que atraviesa una canción de champeta en la ciudad de Barranquilla, teniendo en cuenta que dichos procesos responden a una lógica de circulación musical alternativa enmarcada en un contexto en el que se marginaliza y estigmatiza su principal producto sonoro.

Son tres los objetivos específicos: Primero, analizar el contexto sociocultural en el que históricamente se ha desarrollado la escena picotera para así entender cuáles son las tensiones existentes entre los diferentes actores que participan y las autoridades locales. Segundo, describir y caracterizar la escena picotera de Barranquilla, las particularidades y similitudes que existen entre los distintos tipos de picó, y tercero, analizar y describir los procesos de creación, difusión y distribución de la música champeta en el marco de un modelo de circulación diferente a la de otros géneros musicales.

La metodología de trabajo parte de un trabajo de campo etnográfico en la ciudad de Barranquilla llevado a cabo durante los meses de febrero a mayo del año 2010 en donde a través de la observación participante, la toma de diarios de campo y entrevistas a profundidad, logré una estrecha vinculación a la escena picotera de la ciudad. Al poder introducirme en los diferentes espacios que atraviesan los procesos de circulación de la champeta como lo son, los estudios de grabación, los eventos picotereros, y los programas radiales dedicados a la difusión de la música champeta en

Barranquilla logré adquirir la información suficiente para poder desarrollar la descripción y el análisis que acá se expone.

A través de la vinculación a estos espacios se logró el acceso a las entrevistas con los actores principales que en últimas explican, dan forma y contexto al presente trabajo investigativo. Las entrevistas a profundidad con dichos actores, constituyen el cuerpo central del estudio, pues sus opiniones, experiencias y testimonios serán objeto del análisis teórico realizado.

En la ciudad de Barranquilla existen un número bastante amplio de picós que se diferencian en tamaño, tecnología, categoría y popularidad. Sin embargo, aquellos que cuentan con una gran influencia y popularidad son los únicos que producen y permiten una primera difusión de la champeta a través de los denominados ‘exclusivos’. Este tipo de picó, no supera un número superior a cinco, hecho que limita el número de personas que trabajan para cada uno de ellos. Por ello, las entrevistas realizadas contemplan a los personajes más importantes como los Dj’s de cada uno de estos picós, los estudios y productores de música que estos más frecuentan, y los cantantes que tienen mayor popularidad y tradición en el Caribe colombiano. Se entrevistaron a los cinco dueños de picós más importantes, a los tres DJ’s de cada uno de estos picós, a los tres dueños de estudios de grabación más importantes de la ciudad de Barranquilla y Cartagena, a los tres locutores de radio que promocionan espacios champeteros en Barranquilla, y a los dos distribuidores de música más importantes de Barranquilla, y a seis cantantes reconocidos de champeta, tres tradicionales que ejercen este papel desde la década de los 80, y tres contemporáneos.

A continuación, la distribución de la muestra en las entrevistas realizadas.

- Dueños de picós: éstos son la columna vertebral de la investigación, fueron limitados según la importancia e influencia en la ciudad de Barranquilla. (5)
- DJ’s de los cinco picós más populares (5)

- Autoridades municipales (2): Secretario de Gobierno de la ciudad de Barranquilla, miembro de DAMAB (Departamento Técnico Administrativo del Medio Ambiente Barranquilla).
- Personal de emisoras de radio:
 - Locutores (3)
 - Dj's de radio (2)
- Artistas-cantantes que suenan en los eventos de picó (5)
- Personal de estudios de grabación y productoras (2)
- Vendedores informales de música (2).
- Público / seguidores fieles (3).
- Organizadores de verbenas (2).

Estas personas, amablemente accedieron a dar una entrevista y a brindar acompañamiento en cada una de las fases que requiere un proceso de circulación de la música champeta. Son actores importantes en la escena picotera y champetera de la ciudad de Barranquilla y Cartagena, y fueron quienes me ayudaron a ampliar la información requerida para desarrollar esta investigación, contactándome con quienes son parte fundamental del desarrollo y circulación de la champeta en la costa Caribe colombiana.

A continuación presento la revisión bibliográfica que resulta importante para analizar el tema de circulación musical abierta de la música champeta en Barranquilla. Cada uno de los textos que se vinculan en este apartado, tienen una cercana relación al tema de investigación. La bibliografía encontrada comparte elementos comunes con la etnografía realizada en Barranquilla, ya que son trabajos de campo de etnomusicología que exploran desde múltiples perspectivas las relaciones que tejen algunos grupos sociales con la música. Si bien, el componente sonoro y el modo en que se abordan los espacios musicales en cuanto a producción, difusión, y comercialización de la música son especializados y presentan distintas características, las relaciones sociales, la raza, la clase social, y las instituciones sociales son factores fundamentales que atraviesan, permean e influyen en dicha

circulación. Uno de los puntos más importantes para desarrollar el tema de mi trabajo, y bajo el cual se harán los análisis teóricos, será el picó como sistema de sonido organizado y estructurado tanto de manera social como de manera comercial.

La revisión bibliográfica estará dividida en dos secciones; en la primera, se reseñarán los puntos más importantes que abordan el tema desde los diferentes modos de circulación existentes para diferentes géneros musicales. En la segunda parte, se hablará acerca de cómo la música popular empodera a aquellos grupos o sectores sociales que han sido marginados por las élites en diferentes periodos de la historia, lo cual en muchos de los casos se puede vincular con las formas de circulación alternativas que se sitúan en un espacio liminal entre lo formal y lo informal.

Una de las lecturas que resulta relevante para el desarrollo de este proyecto de investigación es “Degraded Images, Distorted Sounds: Nigerian Video and the Infrastructure of piracy” escrito por Brian Larkin (2004) en el que se analiza la circulación de la música Bandiri. La música Bandiri es un tipo de música religiosa islámica –Sufi - creada en la ciudad de Kano Nigeria que proviene de una adaptación de canciones propias del cine de Bolliwood, y en las cuales desde su contexto original tratan temas románticos. El objetivo de Larkin es analizar las redes de circulación informales y piratas de la música Bandiri en la ciudad de Kano. Así Larkin afirma que existe una intertextualidad en la que se observa una transculturización de las películas de la India transformadas en letras religiosas Sufi. Sin embargo, observa que los espacios de circulación de este tipo de música suele estar determinado por la piratería y la cual suele ser transnacional y cosmopolita. Afirma Larkin que la predilección de los Sufis por la música Bandiri tiene que ver con dicha intertextualidad casi imperceptible en la que la música de las películas de Bolliwood circula no sólo como un sonido, sino también como elementos visuales que relatan y se asemejan a la realidad y cotidianidad de la ciudad de Kano. Esto sucede dado que las realidades sociales de ambos países están interconectadas gracias a la estructura jerárquica de las dos. Es por ello que los filmes, las novelas y la música Hindú circulan y se aceptan con mucha facilidad en la ciudad de Kano, gracias a que precisamente, tocan temas y problemáticas de la cotidianidad.

La música Bandiri se inscribe en el marco de lo local pero que al final termina siendo algo más cosmopolita. La creación y distribución de canciones Bandiri depende exclusivamente de los mercados informales y piratas de la ciudad de Kano, en la que el plagio y la piratería resultan ser el motor para la creación y apropiación de este tipo de música. Larkin observa que este circuito es más amplio y más complejo de lo que parece, dado que el cine de Bolliwood se apropia de la música tradicional Sufi propia de Nigeria para ambientar sus filmes y a la vez, las musicalizaciones de la industria de Bolliwood resultan exitosas y por tanto traducidas y adaptadas a las temáticas religiosas.

La piratería y la gran infraestructura de reproducción que ésta genera revela la organización de la sociedad nigeriana contemporánea. Para Larkin esto muestra una economía paralela que ha llegado a posicionarse como estado central sobreponiéndose e interpretando con la economía oficial, mezclando así a los regímenes legales e ilegales, uniendo actores sociales y organizando redes comunes. Esta infraestructura de la piratería crea sus propios modos de espacialidad ligándose dentro de las nuevas redes sociales y económicas de Nigeria. Larkin finaliza diciendo que la piratería significa que la circulación y la producción de los medios de comunicación en Nigeria no depende ampliamente de la intervención del estado, ya sea colonial o poscolonial, pero si está siendo aprendida y controlada por la lógica de la privatización sobre las diferentes áreas de la experiencia social.

Para el caso particular de esta monografía, se tomará el texto de Larkin a partir de dos vías. La primera, tiene que ver con la circulación informal transnacional de músicas africanas, en la que hubo un proceso de apropiación de estas vinculando ideas de raza e identidad por parte de la población afro en Cartagena. La segunda, a partir de la creación de canciones de champeta, en la que se toma como base las pistas de la música africana adaptándolas con letras que se refieren a los contextos locales del Caribe colombiano.

El segundo texto importante para el análisis de los picó en Barranquilla y específicamente de la creación, reproducción y distribución de la música champeta a partir de los discos exclusivos se plantea a través del texto de Thomas Porcello

(1998) “Tails out”: Social Phenomenology and the Ethnographic Representation of Technology in Music-Making. En este, se puede observar cómo la intertextualidad de un producto sonoro surge a partir de la creación del mismo. Dichas intertextualidades para Porcello, son imperceptibles para el consumidor del producto final dado que a este le llega de una manera limpia desconociendo así, el proceso previo que requiere la creación de un disco o canción. El consumidor final de un producto sonoro recrea unas imágenes falsas del proceso de creación dado que no sabe nada sobre las discusiones que se dieron dentro del estudio de grabación y desconoce también cuáles fueron las canciones o partes de estas que se eliminaron.

A partir de una metodología etnográfica, el autor expone cómo funciona la producción de sonido en los estudios de grabación. Este punto en particular, fue realizado de igual modo en el trabajo de campo que yo realicé en Barranquilla durante dos meses, allí, al igual que lo señalado por Porcello se trabajó sobre conversaciones en los estudios de grabación estudiando cuál era el lenguaje que se usaba y cómo se hablaba de la música y el sonido champetero.

El texto de Porcello resulta útil para esta investigación ya que este muestra y desarrolla varios de los cuestionamientos que serán abarcados en este trabajo sobre los picó. ¿Cómo funciona y se piensa el proceso de producción de un exclusivo de música champeta en los picó?, ¿Qué es lo que dicen los productores y creadores de canciones de champeta acerca de los sonidos a utilizar? ¿Qué se queda en la grabación y qué no? ¿Qué tipo de discusiones se tejen mientras se produce un exclusivo?, estas y algunas otras preguntas, pueden ser orientadas a través del trabajo realizado por Porcello en el cual se exploran las tensiones y conflictos que se dan en los procesos de grabación de la música fonograbada.

A partir del texto citado se pueden observar los diferentes momentos por los que atraviesa un exclusivo, desde su creación pasando por la circulación, hasta llegar a la distribución del disco en el público champetero. En este sentido, Porcello aporta una interesante visión analizando todo el proceso particular de producción de la mercancía del sonido, es decir, ¿Qué necesita la música para entrar a circular?

El texto de Carolina Botero y Ana María Ochoa “Prácticas de Circulación Sonora en las músicas de Fusión y el Anarco-punk en Bogotá y Medellín” las autoras analizan prácticas de grabación y producción musical de los géneros denominados como música fusión y anarco punk en las ciudades de Bogotá y Medellín bajo un modelo económico desigual en los que se diferencia los grandes mercados musicales del primer mundo enfrentados a los del tercer mundo. De esta manera, describen las prácticas de circulación musical abiertas las cuales se refieren a una economía que depende del intercambio y el trueque sin remuneración, y por otro lado, a las prácticas de circulación musical formal las cuales suponen, para los propietarios del producto, ejercer un gran control sobre este obteniendo remuneraciones económicas.

Por un lado, los artistas de música fusión quieren insertarse en el mercado nacional formal, mediante el cual la música sea una entrada económica rentable, para lo cual intentan obtener contratos con los grandes sellos disqueros nacionales o internacionales. Sin embargo, Botero y Ochoa observan que la producción fonográfica de este tipo de música tiene características particulares que no permiten insertarse a los grandes mercados formales. En primera instancia, su forma de producción es precaria y depende de la economía del don y el sacrificio por lo cual, la creación de los discos depende de ellos mismos, es decir, existe una autoproducción o dependen de productoras independientes, obligándolos a vender y circular los productos sonoros a familiares y a amigos. Así, los artistas de música fusión reinvierten las ganancias en el grupo y trabajan en otros campos económicos para mantenerse a flote. En segunda instancia, el mercado es bastante restringido y competitivo, haciendo que los espacios para presentaciones en vivo sean limitados, por lo que la forma mercantil más frecuente es la del trueque.

Por otro lado, para los artistas de anarco-punk la ganancia económica no es un objetivo fundamental y aunque la circulación de su música depende del trueque esta supone para ellos una contra propuesta a la noción de propiedad. De este modo, el trueque posibilita la filosofía de producción DIY (Do It Your Self) mediante la cual se expresan en contra del régimen capitalista de tal modo que, los grupos de anarco punk ignoran los regímenes legales de propiedad intelectual con lo cual sienten, al no

registrar sus productos musicales en las instituciones que regulan los derechos de autor, que están generando un modo alternativo de producción incapaz de ser regulado por nada ni por nadie (Botero y Ochoa; 2007). Sin embargo, dichos grupos no contemplan que las leyes nacionales de derechos de autor protegen la propiedad intelectual aunque esta no sea registrada ante SAYCO y ACINPRO, desconociendo de igual modo, que existen regímenes jurídicos alternativos de propiedad intelectual en los cuales ellos pueden disponer con toda libertad de los productos musicales que generan. Así, las autoras concluyen que los artistas de música fusión se vinculan cada vez más con la idea y nociones de derechos de autor intentando entrar en los mercados formales de circulación musical de los que pueden obtener ganancias significativas registrando sus productos sonoros como propiedad intelectual.

De otra parte, las bandas de anarco-punk se desvinculan cada vez más de idea de derechos autor y propiedad intelectual al ver que estos reproducen un sistema económico capitalista a favor de un establecimiento legal sin tener en cuenta que existen nuevas formas de propiedad intelectual como lo son los Creative Commons. Mediante estos se obtendrían mucha más autonomía de lo que se quiere o se puede hacer con un producto sonoro, como lo son, el no cobro de derechos de radio-difusión, distribución o copiado. Este estudio es relevante para la investigación en tanto la champeta funciona como la producción musical del anarco-punk del DIY porque la champeta es hecha y producida por los artistas quienes no quieren y no les sirve al mercado formal dado que su principal entrada económica son las presentaciones en vivo y la grabación de canciones exclusivas para los picós. De este modo para los artistas, insertarse a la circulación del mercado musical es un proceso bastante engorroso y poco rentable, aunque su objetivo es vivir de la música registrando las canciones en SAYCO y ACINPRO recibiendo, las ganancias de regalías de derechos de autor, y presentaciones en vivo. El mercado informal, funciona como el motor para hacerse conocer en la escena musical del Caribe colombiano.

El artículo de Deborah Pacini “The Picó Phenomenon in Cartagena, Colombia” es uno de los primeros trabajos que se hicieron acerca del fenómeno

picotero en Colombia tomando como epicentro la ciudad de Cartagena. La autora tiene como objetivo principal explorar la dimensión histórica y cultural del fenómeno del picó y el significado de la preferencia de la música africana por los afrocolombianos cartageneros. Así, la primera parte del artículo está enfocada en la internacionalización de las músicas africanas y afrocaribeñas, y la emergencia de lo que se denomina como ritmos del mundo (world beat) en los primeros años de la década de 1980. En la segunda parte del texto, la autora discute el persistente y prolongado racismo en la ciudad de Cartagena para mostrar que las músicas con ritmos africanos son introducidas en la ciudad sin ningún apoyo económico ni ideológico. Finalmente, se describe el fenómeno picotero en la ciudad de Cartagena partiendo de sus orígenes en la década de 1950 hasta los recientes cambios surgidos con la llegada de lo que ella denomina ‘ritmos del mundo’ al país.

A partir de la entrada de la música Antillana (francófona y anglófona) y africana a Cartagena comenzó a crecer una red informal de circulación de música en dicha ciudad, al margen de los grandes sellos disqueros. Quienes se encargan en un primer momento de crear esta red informal son los marineros que llegaban al puerto de Cartagena y que traían consigo discos de diferentes partes del mundo particularmente de Africa, el Caribe y las Antillas los cuales comenzaron a comercializar de manera informal. Así, los dueños de picós compraban los discos a los marineros, para obtener mayor asistencia de público a través de lo que ellos llaman ‘exclusivos’, los cuales son canciones que tienen un potencial de convertirse en hits y sólo pertenecen a un picó (Pacini; 1993). De esta manera, las personas que asisten a las verbenas picoterías, ya sea periódica o esporádicamente, son los consumidores finales del mercado musical picotero y cumplen un papel importante en tanto son los que decidirán qué temas son los que se deben poner en las fiestas picoterías y corren la voz a otros potenciales asistentes a un picó. Los exclusivos son la razón por la cual los dueños de los picós renuevan y adquieren nuevas piezas musicales.

Para el caso de esta investigación, muchas de las cuestiones que analiza Pacini están hoy desactualizadas, dado que el artículo sólo contempla la llegada del world

music a la ciudad de Cartagena y la importancia del picó en su difusión, pero no contempla el nacimiento de la champeta y los cambios que esta produjo en el negocio picotero del Caribe colombiano, ni cómo la champeta logra colonizar los espacios que fueron alguna vez dominados por la música africana y afro-caribeña en las fiestas populares de Cartagena.

Algunas otras problemáticas tratadas por Pacini mantienen su relevancia a la hora de analizar el fenómeno champetero y su relación con los picós. Ejemplo de ello, es la invisibilización de la champeta por las élites locales del Caribe colombiano, tal y como pasó con la llegada y consumo del world music hacia la década de 1960. Por otro lado, permanecen aún vigentes características particulares de la circulación informal de música descrita y analizada por la autora colombo-estadounidense, situando al picó como el principal medio de difusión y distribución de la música africana, lo cual permanece hoy en la circulación de la champeta, con el agrado de que actualmente el picó funciona también como productor musical.

Finalmente, Mauricio Soto y Carmen Abril en su texto “Entre la Champeta y la Pared. El Futuro Económico y Cultural de la Industria discográfica de Cartagena” consideran que la champeta ha generado un gran interés como industria cultural, pero a pesar de ello aún quedan algunos vacíos por explorar en este género musical. Por lo cual, el libro pretende llenar esos vacíos y dar una perspectiva económica a este fenómeno cultural denominado champeta. Los enfoques teóricos desarrollados por los autores tienen que ver con las tradicionales perspectivas económicas del mercado, utilizando conceptos como producto, oferta y demanda, mercancía, consumidores, procesos de producción entre otros.

Abril y Soto describen en su texto las características más importantes de quienes participan en la creación y distribución de la champeta. Estas características son similares a las dadas por otros autores que tratan el mismo tema, pero muchas veces presentan distintas perspectivas al presentarlos desde una óptica en la que se busca una solución a la informalidad de este tipo de música. Así, los autores exponen que los artistas, son todas aquellas personas que tienen un conocimiento y reconocimiento musical dentro del ámbito de la champeta. Éstos tienen la intención

de intercambiar su mano de obra artística y también, son los creadores de productos intangibles.

Los productores por su parte, son todas aquellas personas o grupos de personas que intervienen en el proceso musical para convertir los productos intangibles de los artistas en productos tangibles para ponerlos a la venta y circulación. También generan otros tipos de productos intangibles como presentaciones y conciertos de los artistas como forma de circulación y reconocimiento de un artista y su producto musical. Estos se dividen en dos. Los majors (Sony music, BMG, Warner music, Universal music) y los productores independientes. Los dueños de picós, son las personas que se encargan de hacer la difusión de un producto musical y convertirlo en hit. Generalmente lo hacen de forma ilegal a través de la piratería de los discos, y los reproducen en sistemas de sonido llamados Picós.

Por último, están los consumidores finales y los piratas. Los primeros son todas aquellas personas a las que les llega el producto artístico a través de eventos picoteros, conciertos, presentaciones de artistas y CD's legales o piratas. Se encargan de difundir de manera informal el producto musical, y los segundos son los vendedores informales de CD's ilegales, sus ventas van encaminadas al público en general y a los dueños de los picós.

Los autores muestran al final del texto que el mercado de música champeta es significativamente grande en la región caribeña, pero que aún permanece invisibilizado por la informalidad en la que se desarrolla. Así, los autores sugieren proyectos que intervengan en el mercado musical y cultural de la región Caribe que logre formalizar la industria champetera para lograr mucha más capacidad de empleos en la región y con mejores condiciones económicas (Abril y Soto; 2003).

Lo relevante del texto de Abril y Soto, para el objetivo de esta investigación son las unidades de análisis utilizadas por ellos, tanto los actores sociales que intervienen en los procesos de creación, difusión, y distribución de la música champeta como los niveles de categorización de los artistas de champeta. Sin embargo, el tercer nivel en donde se ubican los artistas de mayor reconocimiento es

problemático dado que las productoras de música, denominadas *majors* actualmente no contratan ni producen artistas de champeta. Aunque dichos artistas cuentan con gran reconocimiento en las principales ciudades del Caribe colombianos, estos son contratados y producidos por productoras y realizadores de eventos independientes y principalmente, por los dueños de picó. A pesar de ello, el texto de Abril y Soto, sirve para efectos de esta investigación porque brinda un mapa general de los actores y las redes de circulación musical por las que atraviesa las canciones de champeta.

El primer capítulo se enfocará en el devenir histórico de la champeta y el picó, en el que se examinarán particularmente las tensiones que existen entre las élites y las clases populares del caribe colombiano. Así, se busca entender las relaciones de poder y dominancia que están involucradas en el fenómeno picotero y la música champeta. El segundo capítulo está compuesto por una descripción y caracterización de la escena picotera en la ciudad de Barranquilla, en donde se exponen las categorías de picó, la administración y logística que se requiere para el montaje de una verbena picotera. Finalmente, en el último capítulo se desarrolla una descripción y análisis en donde se contemplan los tres procesos de circulación musical, es decir la creación de una canción de champeta y la manera en la ésta se difunde y distribuye.

CAPÍTULO I

La Champeta y el Picó: Una historia de estigmatización y empoderamiento popular

Desde la óptica de los estudios sociales, la música se ha estudiado como un cohesionador social ya sea desde el punto de vista de lo ritual, lo lúdico o lo político. Para el objeto de este capítulo se analizará la relación entre música y política en donde se ilustrarán, a través de la música champeta, las tensiones y los diferentes empoderamientos políticos que existen allí. Sin embargo, es importante antes de abordar este tema, reconocer la historia y evolución de las relaciones existentes entre champeta y picó.

Así, comenzaremos por decir que la champeta es un género musical creado por los sectores más deprimidos de Cartagena y asociado a la población afro descendiente de la ciudad, y particularmente a los palenqueros² de la costa Caribe. La música surge a partir de la apropiación de ritmos africanos, antillanos y afro caribeños que llegaron al país por vía marítima de manera informal hacia mediados de los años 60's.

“Como género musical, la champeta se circunscribe al África occidental y Central, a los países circunscritos al área del golfo de Guinea. Los núcleos que la conforman son variados ya que no existe una raíz única ni un ritmo exclusivo. Del Zaire (hoy República Democrática del Congo), cuna del Soukous, ha salido la mayor influencia ejercida sobre el Caribe (Martinica, Haití, Barbados), incluyendo también las ciudades de Cartagena y Barranquilla. Así también sobresalen desde Nigeria otros ritmos como el ju-ju, el waka, el fuji, el highlife y el

² Palenquero se refiere al habitante de Palenque de San Basilio (departamento de Bolívar, Colombia). Palenque de San Basilio es una comunidad fundada por los esclavizados que se fugaron y se refugiaron en los palenques de la Costa norte de Colombia desde el siglo XV. El término palenque se define como aquel lugar poblado por cimarrones o esclavizados africanos fugados del régimen esclavista durante el período colonial. (...) La comunidad de Palenque de San Basilio conserva una conciencia étnica que le permite entenderse como pueblo específico, con la única lengua criolla con base léxica española en la diáspora africana en el continente americano. (Presidencia de la República de Colombia; 2012)

afrobeat, del famoso Fela Añiculapu Kuti.” (Archbold, 1994. Citado por Martínez, 2011)

En un primer momento, la entrada de estas músicas se hace de manera informal y vienen directamente desde el África, sin embargo surge un segundo momento en el cual el World Music entra en vigencia y resulta más fácil importar gran parte de esta música desde Europa y Estados Unidos. Estos ritmos africanos conocidos en el mundo como *world beat* o *world music* eran canciones afro pop producidas por sellos independientes europeos y estadounidenses dirigidos a una parte de la élite intelectual de aquellos países. (Paccini; 1993).

En Colombia, a diferencia de Europa y Estados Unidos este género musical es consumido y apropiado en las clases populares urbanas de la costa Caribe, específicamente, en las ciudades de Cartagena y Barranquilla. El principal espacio de consumo de estas músicas, también denominadas como terapia africana en el contexto local, eran las verbenas picoterías, en donde enormes sistemas de sonido eran el eje principal de la fiesta, y mediante los cuales se reproducían discos de acetato traídos del Congo, Nigeria, Sudáfrica, y las Antillas. (Bohórquez; 1999, Contreras; 2008, Leymarie; 1998)

Estos tipos de bailes populares fueron estigmatizados por las altas esferas económicas y políticas de la costa Caribe juzgándoseles como peligrosos y vulgares. Este hecho produjo que a estos ritmos africanos se le señalaran como de mal gusto, faltos de estética, carentes de sentido, e incluso inapropiados, en juicios de valor siempre asociados a los negros negando así, las raíces africanas en contraste con las costumbres europeas y occidentales de un país civilizado.

Cambios y evolución del picó y la champeta

Desde la década de los años 80, la champeta ha sido uno de géneros musicales de mayor importancia en las principales ciudades del Caribe colombiano, particularmente en Cartagena y Barranquilla. Más allá de ser un fenómeno musical, la champeta ha sido también, en estas dos últimas décadas, un fenómeno social y

cultural en las que se enlazan ideas de raza, identidad y clase social. La champeta es producto de bailes populares conocidos en la región como casetas o verbenas y que se realizan, en su forma actual, desde hace aproximadamente 60 años. Este tipo de verbenas tienen una característica particular, y es que todas ellas se desarrollan en torno a grandes amplificadores de sonido denominados picós. Los picós son el eje central de los bailes populares, dado que son estos lo que reproducen la música que suena en dichos bailes. En este sentido, pretendo tomar como punto de partida los Picós o sistemas de sonido que se establecen en la ciudad capital del departamento del Atlántico, dado que éstos funcionan como productores de este tipo de música y son su principal medio de difusión y distribución.

La palabra picó proviene de un extranjerismo tomado del inglés pick up que hace referencia a la agujas de los tocadiscos conocidas mundialmente con dicho término³. La historia del picó comienza aproximadamente en los años 40's teniendo como epicentro las ciudades de Barranquilla y Cartagena, que como sabemos desde esa época son grandes e importantes puertos para el país. Al ser puertos, estas dos urbes contaron con una posición privilegiada respecto a las demás ciudades colombianas, dado que por un lado, produjo la apertura de grandes mercados y por el otro, las ligó con el resto del mundo y las puso en contacto con gentes de lugares tanto cercanos como lejanos, hechos que impulsaron la entrada del picó en la costa caribeña colombiana.

Alrededor del picó se empezaron a tejer fuertes relaciones sociales, que si bien han cambiado con el tiempo, se mantienen en la actualidad a través del baile y de

³ Pick-up es en realidad un verbo preposicional inglés que significa coger, alzar, levantar, tomar, recoger, restablecer, aprender de oídas o conseguir con trabajo. En su acepción técnica pick-up significa captar una señal, un mensaje o sintonizar una emisora. Nuestro venerado gran equipo de sonido se denomina pickup, una sola palabra sin guión, que es un sustantivo y según el Diccionario de Términos Técnicos del cubano Javier Collazo (1985), pickup significa fono captador, pickup arm, que es el brazo del tocadiscos que termina en una aguja inserta en un pickup head que en español lo llamamos cabezote. En otras palabras pickup es la aguja que lee la música de los surcos de los discos. El imaginario hispanocaribeño ha españolizado la palabra y le decimos picó, pero hay que explicar que se utiliza la figura literaria llamada sinécdoque o metonimia, la cual ocurre cuando se toma la parte por el todo o el todo por la parte. En este caso utilizamos la parte pickup (aguja) para designar todo el equipo de sonido, es decir, todo el escaparate musical, captor, traductor, transcriptor, reproductor o lector fonográfico. Pickup viene del nombre compuesto (Martínez, 2011).

la música, de la fiesta y el goce popular. En principio existían vitrolas ortofónicas las cuales eran sistemas de sonido domésticos , donde se reunía la familia y los amigos para celebrar festividades privadas o para simplemente escuchar sus músicas favoritas.

Sin embargo, como cualquier fenómeno socio-cultural en el que no se sabe cuándo, cómo, dónde, ni quién, la vitrola salió de la casa, aumentó su sonido y contagió a la barriada, dejó de ser un cohesionador familiar para convertirse en un cohesionador social. Desde que la vitrola cruzó la puerta de la casa y se convirtió en picó cambió, cambió para siempre y para no volver a ser el mismo. Cuando cruzó el umbral conoció el mundo, un mundo de carnavales y verbenas; también conoció el dinero y los negocios, y por supuesto, su aspecto físico también cambió.



Picó Mini Junior: *Tomada de El Herald*

Cuando el picó salió a la calle, dio luz propia a las verbenas populares, se cerraron las calles para bailar con los vecinos, con el prójimo, se vendía comida y trago, y para ese entonces no se cobraba la entrada. Poco a poco el picó transformó su aspecto, y hacía la década de los 60's ya era una gran caja de madera enorme con 12 amplificadores de tubos y 14 parlantes de 18 pulgadas que generaban un sonido

estrambótico y poderoso. La música también cambió, aunque no se precisan los géneros y ritmos que sonaban en sus inicios, se puede asegurar que no eran los mismos que sonaron los años 60's, en ese entonces llegaron ritmos como la salsa, el suokous y la música antillana francófona y anglófona. El picó se ligó cada vez más y más con el carnaval de Barranquilla y también con las fiestas patronales.

En la década de 1960, el picó ya es todo un negocio organizado, es contratado por organizadores de bailes o dueños de casetas, quienes se lucran de la venta de comida y bebidas alcohólicas. Los dueños de picó se ven obligados entonces a conseguir grandes cantidades de música para poder ser contratados constantemente en bailes y verbenas, lo que conlleva a que con mayor regularidad llegaran a nuestra costa caribeña músicas africanas, y afro-antillanas que venían por vía marítima y eran encargadas y cuidadas con recelo por los dueños de los picós. El negocio se hacía en ese entonces con los marineros. Los grandes discos de acetato que hacían parte de la transacción y que posteriormente animarían las verbenas y los festivales, se denominaron exclusivos, ya que eran únicos y ningún dueño de otro picó los tenía. Los dueños de picós para asegurarse de que sus discos realmente fueran exclusivos, rompían las carátulas de los mismos y borran los nombres de las canciones impresos en los acetatos con el fin de impedir que otros dueños de picós identificaran y adquirieran discos. Mientras más exclusivos tenía un picó, más gente convocaba y más contratos obtenía, claro está, si esos discos le gustaban a la gente. Este público por su parte, sólo reconocía las canciones a través de los nombres inventados que les ponían los dueños de los picós, estos nombres siempre iban asociados a un sonido particular de la canción utilizando o creando onomatopeyas, o bien, a una parte de la letra de la canción que ellos relacionaban con una palabra en español. Por otro lado, el diseño del picó tenía casi la misma importancia que los exclusivos, los picós eran pintados con figuras impactantes y muy coloridas que hacían alusión generalmente al nombre de éste.

“Entonces las pinturas eran demasiado importantes, el picó era una manifestación de cultura, propia de nosotros, a través de la forma como se hacían los equipos, a través de la forma en la que se armaban, como se manifestaba

alegría, a través de la forma como el artista de pinturas manifestaba la inquietud o las costumbres de nosotros. Eso se hacía a través de las pinturas o del nombre del picó. Si el nombre del picó era timbalero, pintaba dos timbaleros, si era el solista, pintaba un man tocando guitarra, de acuerdo a lo que le solicitaba el propietario del picó. Entonces ahí había manifestación de cultura, y era una cosa muy sana, a pesar de que era un ruido fuerte, todo era mas sano, muy sano.” (Entrevista 09)

Si bien en el mundo de los picós existe una red musical de circulación transnacional, paralelamente se empieza a desarrollar y a conformar una red de circulación musical local en la que grupos o personas se encargan de hacer copias de los acetatos y posteriormente de realizar la reproducción comercial de los discos, creando así un mercado ilegal/informal. Posteriormente a partir de músicas antillanas y africanas se va a conformar lo que se conoce como champeta, con músicos locales lo cual va a ocasionar cambios importantes en las relaciones comerciales del picó.



Diseños y pinturas de picó: *Tomada de El Herald*

Hacia finales de los años 1980 se dejan de lado las viejas cajas de sonido que tenían entre doce y catorce parlantes con amplificadores de tubo y se da entrada a la era transistorizada. A finales de la década del 80 y principios de los años 90's llegan a la

costa caribeña nuevos sistemas de sonido que transfiguran tecnológica y físicamente el picó. Estos nuevos picós entran por Venezuela y son equipos transistorizados, que ordenan mejor el sonido en bajos, medios y brillos. Es así como el factor tecnológico toma entonces una relevancia simbólica en el que el éxito de un picó va a depender en gran parte de lo moderno y de los avances tecnológicos que pueda llegar a tener.

Los picós tuvieron tanto éxito que aumentó la demanda, y como profesa aquella vieja y conocida fórmula económica tan apreciada por todos los comerciantes del globo terráqueo, a mayor demanda mayor oferta, lo que significó una reducción en los precios, momento en el cual unos pocos individuos de las clases populares pudieron acceder a ellos.

En los barrios populares de Barranquilla y Cartagena se miraba con recelo y respeto al propietario de un picó, pareciera que estos aparatos tuvieran un poder extraordinario que dotaba a su propietario de una magia inexplicable proveyéndole de un gran status y poder dentro de su comunidad, se convertía en una especie de chamán del baile, de emperador del goce. Alrededor del picó se empezaron a tejer fuertes relaciones sociales, que si bien han cambiado con el tiempo, se mantienen en la actualidad a través del baile y de la música, de la fiesta y el goce popular.

“Eso fue en el año 1950, 60, 70, 80 y ahí están los picós grandes con parlantes grandes, con maquinas de tubo como lo decían aquí. El ruido o la potencia era tan grande que tumbaba vidrios o hacia rajar las paredes. Nosotros en nuestra inquietud, como un niño especialmente, nos dedicamos a construir amplificadores transistorizados, ya cuando la inquietud como un niño que tengo yo me metí en la revista radiotécnica, imitaba los planos y me colocaba hacer inventos como amplificadores a transistores. En los 90's sale un nuevo equipo, primero potente, con válvula de vatios, con ruidos fuertes, donde la competencia era eso, el que sonara más duro, estaba el Tiwan, el Solista, el Isleño, el Rojo, también estaba el Coreano, también estaba el Conde, el Conde de allá de Cartagena, el Dragón de Barranquilla, y otros que se me escapan en el grupo. (Sic)” (Entrevista 09)

Con dichas transformaciones tecnológicas empiezan a surgir cambios importantes como aquellas del sonido en vivo en donde toman protagonismo los sintetizadores de piano y percusión eléctrica a lo cual en la ciudad de Barranquilla se le denomina el “perreo”.

“Perreo es el “guau guau” que son los efectos que hace la, (Sic) con el sintetizador, y eso comienza con el Rayo Stereo, el pitico el pianito chiquito.” (Entrevista 09)



Picó El Gran Fidel años 80's: *Tomada de Acbia.wordpress.com*

Al mismo tiempo, se introduce la figura de los Dj's que es también un factor de vital importancia tanto para el picó como para la champeta, ya que para el primero son relevantes a la hora de evaluar el éxito y acogida que pueden tener los picós, mientras que para la segunda los Dj's son parte esencial de su difusión en el mercado musical.

La importancia que tienen los picós en las verbenas se da porque estos son los que tienen toda la música que anima los bailes. Sin embargo, la preponderancia de

estos sistemas de sonido no es sólo para el bailador y las verbenas, sino que es un fenómeno de mayor envergadura, que toma gran relevancia para la champeta, gracias a que éstos son su principal medio de producción, difusión y distribución. A partir de la década de los años 90 la champeta ha sido hasta nuestros días, la música que más suena en las verbenas picoterías de Barranquilla y Cartagena.

Gracias al advenimiento de nuevas tecnologías adquiridas para los picós que animaban dichas verbenas, trajo consigo cambios en la música que allí se reproducía. Los altos costos para conseguir los discos de terapia africana y la pérdida de vigencia de los discos de acetato en los cuales eran grabadas las canciones, conllevan a la creación de pistas y letras con músicos locales dando así el nacimiento a la terapia criolla, actualmente conocida como champeta.



Foto “El Skorpion”: *Tomada de Fukafra.blogspot.com*

La champeta al colonizar los espacios de la verbena logra posicionarse significativamente en el mercado musical del Caribe colombiano, en especial en los espacios urbanos de dicha región. Sin embargo, cabe anotar que el mercado en el que se mueve este tipo de música suele ser informal, y no está dominado por los grandes sellos disqueros globales ni locales. La champeta tiene formas de producción,

difusión y distribución particulares ajenas al mercado tradicional, en las que los picós cumplen uno de los roles principales en cada una de las etapas mencionadas anteriormente. La champeta es producida por los dueños de picó, quienes contratan a artistas locales de champeta, sellos disqueros independientes, y compositores de letras para crear un exclusivo para su picó. La difusión depende, en primera instancia, por dichos sistemas de sonido en donde los Dj's toman gran relevancia. Los dueños de picós cumplen también un rol importante en la distribución, gracias a que son ellos quienes deciden en qué momento distribuir las canciones de champeta a las emisoras radiales y a los distribuidores informales de música.

La circulación de la champeta en su forma actual, se ve intervenida en sus procesos de creación, distribución y difusión por las autoridades locales de Barranquilla. Ello se debe a que la alcaldía de la ciudad, a través de la secretaría de gobierno, limita y reduce los espacios en los cuales se realizan las verbenas picoterías, provocando así, un efecto que condiciona la interacción entre el público champetero y los eventos de picó.

“Ahora mismo el doctor Guillermo Polo Carbonel, actual secretario de gobierno, en conversaciones acá con los organizadores de baile en una reunión que estuvimos hace tres meses, quedamos en un acuerdo que nosotros íbamos a variar el tipo de música, porque es que la música champeta puede generar violencia, ya que las personas que ingresan en ese tipo de eventos son personas, cómo te explico... Son personas que con esta música se transforman, no sé si en una forma de rechazo, no sé, no tengo para explicártelo pero la música sí los transforma. Entonces, cuando uno ve que el ambiente está muy pesado uno trata de colocar una salsita, un reggaetón o algo para que se calmen los ánimos (Entrevista 30)

Existen barrios y sectores de la ciudad que han sido estigmatizados históricamente por sus problemas de violencia relacionados con delincuencia común, paramilitarismo y sicariato, en donde se prohíben y se niegan los permisos para realizar allí presentaciones de picó. Debe tenerse en cuenta entonces, que en estos sectores populares se encuentra ubicada la mayor parte del público consumidor de

champeta, por lo que resulta conflictivo y tensionante la relación entre estos actores: picó, público y autoridades locales.

Estigmas y negaciones de la champeta

Desde hace un poco más de dos décadas hasta hoy la champeta ha sido uno de los géneros predilectos por los jóvenes de clases populares de Barranquilla y Cartagena. La palabra champeta en principio hace referencia a un cuchillo para cortar pescado, utilizado por algunos vendedores de pescado de la costa norte colombiana. El término fue adoptado por las élites costeñas para denominar la música como una forma de estigmatización y marginalización de la música y sus seguidores, por ello, “champetudo”, lleva intrínseco un carga simbólica asociada a lo prohibido, peligroso e ilegal. “(...) En la década de los ochenta el pandillaje fue un fenómeno social que afectó en gran medida a Cartagena. A los bailes de picó llegaban jóvenes pandilleros armados con champetas quienes frecuentemente formaban riñas que dejaban como saldo personas heridas y, hasta muertos. Esta situación sirvió para que el sector hegemónico de la ciudad asociara con la delincuencia y la inseguridad, la nueva música que empezaba a ser bien recibida por la gente de los barrios populares. De esta manera se bautizó la música champeta, aquella que era consumida por los ‘champetúos’” (Bohórquez, Leonardo, 1999: 4).



Baile de Champeta: Foto tomada del diario *El Universal*

Este escenario nos muestra una clara aversión que tienen las élites políticas y económicas hacia la champeta. La negación de lo negro y popular ha conllevado a prácticas políticas por parte de las instituciones locales a tomar medidas represivas a lo largo de la historia de la champeta, prohibiendo en un primer momento la reproducción de esta música en cualquier espacio público por ser vulgar y de mal gusto.

“La gente del interior y la de clase alta no la acepta (champeta) porque es de nuestra sociedad costeña, cuando escucha una champeta cree que roban, cree que hay problemas, cree que es vulgar. Pero si la gente inculcara la educación de que la champeta como tal, como una expresión de la música afrocaribeña, la gente lo aceptaría igual que lo hicieron con el reggaetón”
(Entrevista 21)

La música champeta no ha sido la única que ha sobrellevado la estigmatización y marginalización por parte de las élites políticas, económicas e incluso intelectuales.

Al respecto, Nicolás Ramón Contreras explica que este fenómeno se ha generalizado históricamente alrededor de géneros como la cumbia, el porro, el vallenato y los currulaos venidos del Pacífico.

“La valoración que hicieron nuestras élites, formadas en modelos y sistemas ejecutivos importados hicieron sobre la cumbia y el porro, a los cuales no sólo consideraron exponentes de grosera vulgaridad y ritmos importados del África sino que hasta editoriales, decretos legales prohibitivos y condenatorios les expidieron en Cartagena, Barranquilla y otras ciudades de la costa norte, entre 1911 y 1927; en los círculos sociales de Valledupar, por ejemplo, el vallenato se consideraba aún en 1978 como una música para pobres y plebes” (Contreras, Ramón; 2008)

La champeta no escapa de dichas intervenciones legitimadas por las élites a través del discurso político y de la mala fama expuesta en los medios de comunicación. Titulares en los periódicos locales que hacen alusión a las riñas que se presentan en eventos de champeta, transmiten a sus lectores la idea que este género musical es el factor detonante de tales sucesos. Algunos sectores de la iglesia católica por su parte, también contribuyen con tales acusaciones, señalando que estos ritmos evocan en la juventud actitudes violentas y sexuales que se ven representadas en las formas y maneras en las que bailan. De otra parte, las autoridades locales y administrativas en función de las alcaldías distritales, encuentran alternativas legales para cerrar espacios en los que se desarrollan algunos eventos de champeta. Sumado a esto, el conflicto armado también comparte espacios y relaciones cercanas con la música champeta, primero por la asociación de dineros del narcotráfico a algunos picós y su promoción abierta, y segundo, producto de lo anterior, a la mención explícita y exaltación de ideas relacionadas con el paramilitarismo. Por último, la estigmatización y rechazo a los seguidores de música champeta está dada también, por la sociedad en general, que influenciada por los anteriores factores, expresan discursos sutiles de discriminación a través del voz a voz cotidiano.

“Habían duelos, pero duelos de música, duelo de potencia, nunca había esas peleas tan grandes ni nada

de guerra de pandillas, no existían pandillas en ese tiempo. (...) Hay tanta restricciones ahora, porque lo tiene estigmatizado, porque lo ve como un centro de concentración de drogadictos y todo eso, mucha gente sale porque le gusta ese ambiente, que no tiene que ser estigmatizado, pero es que la manifestación, la forma como lo están organizando, la forma como lo hacen ellos mismos se estigmatizan (Sic)” (Entrevista 9)

A continuación, se presentan de manera más detallada estos aspectos, a partir de los cuales se evidencian las tensiones entre la música champeta y los distintos poderes que la deslegitiman y señalan. Se expondrán los medios y distintas alternativas que adoptan los ‘champetúos’ para hacer frente a tales acusaciones. La pregunta que se trata de responder en lo que sigue del capítulo será la siguiente: ¿Por qué a pesar de las fuertes medidas de control social, los decretos prohibitivos, las fuerzas intrínsecas de discriminación y estigmatización, y la mala fama expuesta en medios de comunicación locales hacia la champeta, esta permanece y subsiste de tal modo que sigue representando la identidad negra y popular de la costa caribeña?

La respuesta deviene de la multiplicidad de obstáculos que se le presentan a este género musical, pues a cada uno de dichos factores se les responde bien, a través de vías de hecho o bien, de discursos que logran calarse dentro de estos sectores incluso traspasando las fronteras de la localidad, surgiendo a nivel comercial tanto nacional como internacional.

Desafíos y luchas para la reivindicación de la champeta

El hecho que se asocie a la champeta y al champetúo a prácticas violentas y a comportamientos indeseables deriva, según diversos autores (Contreras; 2008, Bohórquez; 1999, Aldana; 2008, Cunin; 2006, Wade; 1997) de ideas racistas que históricamente han marginalizado a la población afro descendiente.

Las fiestas populares, ritos y costumbres de los esclavos africanos fueron asociados a la perversidad, a lo primitivo, bajo y vulgar, frente a lo refinado y civilizado de las prácticas de los colonizadores. Este hecho persistió en el tiempo, y

aún persisten expresiones que denotan la maldad intrínseca en el negro, su falta de estilo, y lo grotesco que resultan su forma de vestir, hablar y por supuesto, bailar y cantar. (Wade; 1997, Cunin; 2003). Hoy en día permanecen ese mismo tipo de cuestiones canalizadas a través de las nuevas expresiones culturales como se representan en el caso de la champeta.

Aunque la constitución de 1991 promulga la construcción de una nación basada en la pluralidad y el multiculturalismo protegiendo las distintas manifestaciones culturales en pro de consolidar una identidad nacional, en realidad, este panorama continúa siendo un área gris que toma distintos matices según los intereses de las élites dominantes no sólo del país, sino en particular en la costa atlántica. Los discursos nacionalistas, siempre han estado enfocados a homogenizar la identidad del pueblo colombiano, cooptando así ciertas expresiones culturales como la música, con lo que se busca legitimar la identidad nacional tanto interna como externamente. Sin embargo, el poder hegemónico de las élites colombianas han desdeñado históricamente las manifestaciones culturales de los negros, relegando su participación a partir de estigmatizaciones que niegan lo afro en la construcción de la identidad nacional, pero que siempre está presente como un elemento de comparación entre lo que es eminentemente colombiano y lo que no.

“Para justificar su dominación, las clases dominantes establecen categorías, seguido de una jerarquía moral en las que se distingue lo puro de lo impuro. (...) Es así, como las diferencias culturales relativas se convierten oposiciones naturales absolutas” (Harvey. B; 1993: 660).

Los discursos nacionalistas, han reconocido algunas músicas de origen afrodescendiente como el porro y la cumbia, gracias a los procesos de externalización de éstas en los mercados internacionales del Caribe, en donde se les empezó a identificar como ‘música colombiana’. Este hecho, produjo entonces que las élites tanto de la costa como del interior reconocieran y aceptarán a estas expresiones culturales como productos y manifestaciones autóctonas dignas de representar el sentir de la nación. “(...) Así se configuró un cambio fundamental: ya no se

representa a Colombia dentro y fuera del país como un estilo asociado al interior andino, centro del poder, de la riqueza y de ‘la civilización’; se le representaba, en cambio, con la música tropical de la región caribeña, vista como pobre, atrasada, ‘caliente’ y ‘negra’” (Wade;1997: 76). De este modo, Wade denota una disputa cultural en la que la música es vista como un espacio en la que grupos divergentes entran en pugna por la identidad cultural.

Como se mencionó anteriormente, géneros como la cumbia, el porro y el vallenato también tuvieron que enfrentarse a la deslegitimación, estigmatización y negación de sus músicas por ser considerados pertenecientes a la clase baja y popular, tal y como sucede con la champeta. En el 2001, el alcalde cartagenero Carlos Díaz prohibió la champeta en las fiestas novembrinas por medio de la supuestamente indecente y violenta conducta de sus seguidores, y por la amenaza de que le restara atención al folclor ‘legítimo’. Las músicas costeñas que ocupan el régimen de valor de ‘folclor’ son aceptadas como símbolos de la colombianidad (además de atraer mucha plata de los turistas a Cartagena), mientras la champeta se ve como peligro y vergüenza. (Birenbaum, Michel; 2004: 206). En este punto, podemos observar entonces, que la cumbia y otras músicas afrocosteñas que se veían anteriormente con el mismo desprecio, nos puede indicar el poder que tiene la folclorización cuando legítima – y vende- una música (Birenbaum, Michel; 2004).

Las administraciones distritales de Barranquilla y Cartagena, adoptan otros métodos para tratar de cerrar los espacios de producción y difusión de la música champeta. Entre estos, podemos contar la falta de permisos y concesiones para llevar a cabo eventos picoteros, conciertos con artistas de champeta y verbenas populares, que se regulan a través de decretos transitorios. Dichos decretos especifican la prohibición de llevar a cabo reuniones o eventos en determinados sectores de las ciudades, en tiempos del año específicos. Un ejemplo de ello, se puede observar en el barrio ‘La Chinita’ al sur de la ciudad de Barranquilla en donde no se pueden organizar en ninguna época del año conciertos, casetas o verbenas que tengan presencia de un picó ya que la fuerza pública no puede garantizar la seguridad de los asistentes.

Un funcionario de la Secretaría de Gobierno de Barranquilla explica al respecto:

“Hay sectores que se tienen determinados de que son de alto riesgo, por decir en cuanto lo que es alteraciones de orden público. O sea, no hay por decirlo una prohibición como tal para un barrio específicamente, sino que simple y llanamente se estudia la posibilidad de acuerdo al tipo de evento. Pero sí, lógicamente que tienen barrios que tienen mayor historial de inicios de perturbación alrededor de un público que se considera peligroso y violento, en esos barrios hay presencia de sicariato, pandillas, y en muchos casos paramilitarismo. Con esos antecedentes, muchas veces lo mejor es que se les diga que sus condiciones no permiten que se realicen los eventos. Yo no quiero decir que toda la gente sea mala y tenga la culpa, lo que pasa es que por unos pocos pagan todos, y eso sí, nosotros como autoridades locales tenemos la obligación de evitar que por evento no se tengan saldos que van desde los mínimo 5 heridos hasta 3 o más muertos en una sola noche” (Entrevista 07).

Los organizadores de eventos, dueños de picó, y público general tienen claro que en estos barrios, aunque existe una norma que impida la realización de eventos, están vetados para aquellos que tienen una estrecha relación con el picó:

“Los barrios que están vetados son: La Chinita, Rebolo, San Roque, de la 30 que va Carrizal, parte del Bosque, Santa María y la Flores. O sea, los barrios están vetados porque hay mucha inseguridad, hay muchos homicidios, hay muchas pandillas, hay mucha delincuencia. Entonces esos barrios no se puede hacer este tipo de eventos, porque se dice que prima la integridad de las personas que asisten, porque en esos bailes asisten personas de todas partes. Entonces no hay garantía. Entonces para preveer, prevenir todo este tipo de incidentes mejor la alcaldía opta en no dar esos permisos para esos barrios. Inclusive para carnavales no se les da el permiso de hacer fiesta de picó en estos barrios” (Entrevista 30)

Las trabas burocráticas y legales no han logrado tener el efecto esperado por parte de la élite política dado que los bailes de picó, espacio mediante el cual la champeta se

difunde en su mayoría, no han logrado disminuirse en ninguna de las dos ciudades. Tal y como lo afirma Spivak, la ley y los sistemas legales son los vehículos por excelencia de las clases dominantes para ejercer la violencia epistémica negando e invisibilizando aquellas prácticas que no se ajustan a los modelos hegemónicos. (Spivak; 2003).

Los picós han encontrado nuevos espacios para la realización de las verbenas; una de estas alternativas, es la presentación de estos eventos en municipios aledaños a las grandes ciudades de los departamentos del Atlántico, Bolívar y Magdalena. Dentro de los centros urbanos, y al verse desalojados de lugares propios para la realización de fiestas, (tales como calles, coliseos, estadios, plazas públicas y parques) los picós han trasladado su centro de actividades a discotecas, estaderos y locales comerciales en donde legítimamente pueden convocar a sus seguidores y hacer sus presentaciones sin las trabas legales que se le exigen en espacios abiertos como los anteriormente mencionados.

Al encontrar estos nuevos espacios la clase popular barranquillera y la población afro de Cartagena desafían a través del baile y las verbenas, aquellas imposiciones de la cultura y élite blanca de la costa Caribe. Por medio de las canciones, muchos de los artistas de champeta han reivindicado a través de sus letras su condición y estatus de champetúos, como es el caso de una de las canciones éxito de este género: ‘Soy Champetúo’ de Michael que pregona:

*“Amo este ritmo
Porque lo llevo en la sangre,
Toda mi vida la champeta he dedicado,
Quiero que sepan esto no hace daño a nadie,
Ni mucho menos convierte lo bueno en malo,
No coman cuento con lo que digan la gente,
Que anden diciendo que esto es para estrato bajo,
A mucho rico he visto bailar como demente,
Se gozar la vida como lo hace el gringo Michael
Soy champetúo hasta morir,
A mucho gusto y mucho honor (Bis)...”*

Otras canciones desafían el orden moral establecido por las élites de la región expresando un doble sentido en sus letras con connotaciones claramente sexuales como lo presenta la canción ‘El Chocho’ interpretada por Charles King, que fue un éxito no sólo a nivel local sino también a nivel nacional. Aunque este tipo de canciones son frecuentemente usadas para hacer críticas negativas a la música champeta, las temáticas que se desarrollan en este género musical describen contextos cotidianos, problemas sentimentales, corrupción, y algunas problemáticas sociales asociadas a la juventud como el consumo de drogas y la delincuencia .

Algunos grupos y organizaciones de origen palenquero han desafiado el poder público y político de manera más explícita, intentando a través de ciertas manifestaciones culturales como el actual Festival de la Champeta y el Festival de la Afro Colombianidad realizados en Cartagena, patrimonializar la champeta como un género musical que expresa la identidad de los afro colombianos y las clases populares de la costa norte del país.

Personajes como el palenquero Viviano Torres, integrante y cofundador del grupo cartagenero *Anne Swing* quien desde hace un par de décadas fue uno de los pioneros en realizar champetas criollas, ha tomado las banderas de la causa anti estigmatización y la reivindicación de lo negro, como elementos fundamentales para la construcción de identidad nacional:

“La Champeta todavía adolece de eso (estigmas), no tiene el apoyo de la burguesía por decirte así, no tiene el apoyo de los poderosos, la ven todavía como una música para negros, la miran como una música que le gusta a todo el mundo pero la discriminan, la sectorizan. Entonces han mantenido una polarización en el género musical que no lo ha permitido el desarrollo. Estamos seguro que cuando salga un, en Cartagena o Barranquilla gente sangre azul gente con mucho poder, haciendo el género musical, entonces todo el mundo dirá: ahora si es bonita, y ahora si es buena y ahora si es, no sé”. (Entrevista 15)

A pesar de que estos discursos cada vez están tomando más fuerza y empiezan a ser divulgados y conocidos por la sociedad, aún existen temas persistentes que se presentan como problemáticos y críticos hacia la cultura champetera. Uno de ellos, es la intervención de grupos al margen de la ley, en este caso autodefensas, quienes oficial y extra oficialmente se han vinculado económicamente con la producción de eventos de champeta. En este círculo musical se reconoce muy sutilmente que la implementación tecnológica lograda por algunos de los picós más grandes proviene de la inyección de capital producto del narcotráfico.

“Eso es muy raro que de la noche a la mañana unos don nadie, vengán y traigan unos equipos tan caros, y que de un día para otro, ese mismo picó se vuelva uno de los más importantes, porque vaya y venga que se diga que tenía trayectoria, pero ni eso. Mire, es que dígame si no es como sospechoso que un año los picositos que se venían moviendo desde siempre desaparezcan” (Entrevista 13)

Algunas canciones denominadas ‘champetas prohibidas’ (en alusión a los corridos prohibidos) exaltan las prácticas y labores de los paramilitares, defendiendo la idea de una sociedad segura en la que los drogadictos, ladrones y ‘desechos sociales’ deban desaparecer y ser ajusticiados por la ley del pueblo.

“Lo que hemos tratado de hacer aquí, es unas promociones pedagógicas les hemos dicho: dejen de decir vulgaridades en el picó, dejen de poner propaganda bochornosas, vulgares, o violentas, la gran mayoría de los picó ponen mucha propaganda violenta, hablan y promocionan mucho la droga, o sea los mismos sin darse cuenta hablan de: ¡uy zona!. Se presentó que una vez en un picó decían: ‘en mi sangre solo corre el 90% es de pura coca y el 10% es sangre’, entonces son cosas que preocupan, son cosas que no son expresiones para dar buen ejemplo, sino expresiones que preocupan, o sea lo que demuestran la crisis en la que estuvimos.” (Entrevista 09)

Para responder a la pregunta formulada inicialmente acerca de por qué a pesar de las fuertes medidas de control social, los decretos prohibitivos, las fuerzas intrínsecas de discriminación y estigmatización hacia la champeta, esta permanece y subsiste de tal

modo que sigue representando la identidad negra y popular de la costa caribeña, nos debemos remitir a algunas de las contradicciones que se presentan en este sentido.

Las élites políticas y altas esferas de la sociedad rechazan, estigmatizan y deslegitiman a este género musical a través de medidas legales y de discursos en contra de los eventos que se generan en la difusión de la champeta. Este es el caso del decreto 1023 de 2010 en Cartagena que prohíbe la venta y consumo de alcohol los fines de semana y días festivos en 55 barrios de la ciudad, prohibiendo también cualquier evento de picó y de sistemas de sonido en dichos espacios. La medida entró en vigencia el 14 de octubre de 2010 y se extendió hasta el 31 de diciembre de 2010. La justificación de la Alcaldía de Cartagena para tomar esta medida fue controlar este tipo de espectáculos y así se disminuyeran el número de homicidios en la ciudad.

La contradicción se expresa en tanto ha habido desde hace algunos años un reconocimiento por parte de las autoridades locales hacia la champeta, como característica esencial de la ciudad y de sus habitantes, realizando el Festival de la Champeta. Dicho Festival, es organizado en la Plaza de la Aduana lugar al que frecuentan muchos turistas extranjeros y nacionales, y en donde también se suelen desarrollar algunos de los eventos más importantes de la élite local y nacional. Esto nos indica que existe un reconocimiento nominal a la comunidad afro de Cartagena mostrando al mundo una faceta plural y multicultural de la ciudad. Al llevar a cabo estos eventos en la Plaza de la Aduana, el verdadero público seguidor fiel de la música champeta no asiste a esta convocatoria, dado que no son sus espacios habituales de divertimento en los cuales pueden realizar sus formas y prácticas tradicionales de baile.



Concierto de Champeta: *Tomado de ReddeBibliotecas.org.co*

En cuanto a la ciudad de Barranquilla, allí se puede observar que existe una contradicción menos evidente. Aunque no se han tomado medidas tan estrictas frente a las verbenas picoterías como sucede en Cartagena, se sugieren sutilmente una serie de restricciones para no llevar a cabo este tipo de bailes populares. Las prohibiciones actuales para ciertos barrios de Barranquilla no es explícita; es notable que es bastante difícil lograr realizar las verbenas en algunos sectores deprimidos en donde se concentra la mayoría de champetuos de la ciudad. La contradicción en este sentido, está expresada en tanto la champeta ha sido reconocida, por ejemplo, en el Carnaval de Barranquilla siendo ‘El Celular’ la canción oficial del Carnaval en 2009 y posteriormente, en 2010 fue ‘El Ñato Mama Ron’ de Noel Petro reeditada y adaptada en versión champeta.

A pesar de todas estas trabas políticas y deslegitimizaciones por las que ha atravesado la música champeta, los niveles de empoderamiento, no sólo de parte de la población afro cartagenera y los sectores populares barranquilleros, se han venido consolidando a través de una serie de discursos de reivindicación y legitimización de sus prácticas y productos sonoros. En este sentido, se han venido conformado una

serie de prácticas nuevas en donde el picó se ha empezado a apropiarse de nuevos espacios que en el pasado eran impensados, así algunos picó de Barranquilla han logrado hacer sus verbenas dentro de establecimientos tales como bares, discotecas y estaderos como una forma de esquivar la política pública que impide o entorpece la realización de las fiestas picoteras, ya que este tipo de establecimientos cuentan con los permisos necesarios para la realización de fiestas y eventos de música en general. Esto es una manera alternativa que han encontrado los dueños de picó para evadir los engorrosos procesos burocráticos que exige la Alcaldía de Barranquilla para la realización de un evento picotero, esto implica que la organización del evento negocie directamente con el dueño del establecimiento y no someterse a la rigurosa evaluación de la Secretaría de Gobierno de Barranquilla.

El Bobby es uno de los picó que cuenta con un gran reconocimiento dentro de la escena picotera en la ciudad de Barranquilla, y su dueño, Luis Hernández, ha sido uno de los impulsores de esta nueva propuesta de la verbenita picotera dentro de establecimientos comerciales, esto en aras de generar nuevos espacios que permitan la realización de eventos de picó, ya que los tradicionales les están siendo negados, también con el fin de cambiar la visión estigmatizada que se tiene sobre las verbenas picoteras mediante el discurso al interior de la fiesta picotera. El Bobby, particularmente encabezado por su dueño y puesto en escena por sus DJ's, implementan discursos en los cuales se pregonan frases que aducen al cambio de visión sobre las verbenas picoteras, reemplazando la palabra verbenita por la de fiesta o rumba, a través de *placas*⁴ y animaciones de los DJ's.

Los viernes estamos en estaderos, tenemos estaderos; los sábados arrancamos en bailes ya en casetas, en verbenas, a lo que nosotros le hemos venido cambiando el nombre, esa faceta de bailes o verbenas por fiestas o rumba (...) mira, los bailes populares o las verbenas, llevaban el nombre bailes o verbenas en el oído de mucha gente, la cultura crea un efecto como de

⁴ Se denominan placas a las voces en off grabadas en estudio, que se reproducen de manera permanente en los eventos picoteros, son consideradas como el slogan de cada picó, éstas son de vital importancia para los picó y serán analizadas con mayor detalle en el capítulo II.

vandalismo, eso crea un efecto auditivo de lo peor. Hemos querido llamar fiesta porque es lo se está ya en el oído de la gente como bueno, se está manejando música crossover, dance, están manejando merengue, salsa en un 40% y el 60% la música que nos identifica que se llama música afrocaribeña, champeta criolla. O sea lo que identifica, tu nunca vas a encontrar en un picó identificados con un vallenato o con salsa.

Estamos tratando cómo hacer para halar mas al bailador, traerlo hacia los bailes, comprometerlos, en esta cultura hermosa, en esta cultura linda que se ha venido perdiendo. Porque mira, la mayoría de persona hablan sobre los efectos críticos que hay en un baile popular, entonces como que esos nombres, verbenas, le hemos cambiado nosotros con la intención de cambiar ese efecto negativo de muchas personas que desconocen los bailes populares. Los bailes populares, es algo que nace en los barrios populares, como que hace parte de eso, entonces por decir en Barranquilla yo trabajo de lunes a viernes y el sábado yo voy a esperar, hay una verbena o hay una fiesta o x o y picó, ya el barranquillero, el que le gusta los bailes o verbenas, se programa para que el sábado ya sabe que existe un compromiso con la champeta y con el picó (Sic). (Entrevista 10)

A través de la apropiación de nuevos espacios y el cambio en el discurso dentro de los eventos de picó, sus actores están tratando de legitimar y reafirmar su aporte a la cultura caribeña del país, abriéndose un espacio como formadores y gestadores de la identidad de la Costa Atlántica colombiana, haciendo muchas veces una lucha frontal y evidente en contra de los discursos y prácticas hegemónicas de la élite, la clase poética tradicional y las instituciones religiosas del caribe colombiano. Sin embargo, estas luchas y confrontaciones son en otras ocasiones menos evidentes, en la que buscan recursos más implícitos que explícitos como los expuestos anteriormente.

La marginalización de la champeta, ha generado que ésta sea excluida de los mercados formales de música; lo cual ha forzado a este sector a generar sus propias formas de circulación musical ajenas a los modos tradicionales de producción

musical. Los actores que intervienen en los procesos de creación de la champeta, así como sus consumidores han generado espacios propios para la producción, difusión y distribución de los productos sonoros alternos al mercado legal y formal. Este empoderamiento ha llevado a que la champeta se grabe en sellos independientes o en estudios de grabación caseros y sus canciones y discos, sean difundidos a través de redes como el picó, y consumidos como producto físico por medio del mercado informal pirata. Lo que no quiere decir que este tipo de agenciamiento por parte de los actores que intervienen en los diferentes espacios por donde se produce, difunde, distribuye y consume la champeta, esté asociada a una subjetividad particular o liderada por un grupo específico de personas. En este sentido Grossberg afirma que “una vez hemos desarticulado la agencia y la subjetividad, podemos empezar a pensar sobre formas de agencia como esos ‘aparatos’ de prácticas históricamente específicos que, en cualquier coyuntura, son un sitio activo de la producción histórica” (Grossberg,; 1997: 323). Este tipo de tensiones que surgen alrededor de la champeta y el picó, corresponden a un proceso histórico particular, en el que se enfrentan posiciones y discursos socialmente opuestos y en el que se han generado ciertos cambios a lo largo de este proceso para beneficio tanto de un lado como del otro.

La historicidad de este proceso nos muestra que la mayor tensión se da en torno al concepto del gusto, el cual está intimamente ligado a la clase social, en donde los grupos hegemónicos de la Costa Caribe colombiana han negado y deslegitimado el valor estético y cultural de la champeta, así como tiempo atrás sucedió con el porro, la cumbia, el vallenato, el currulao entre otros, asociándolo a lo negro, sucio, vulgar y popular. Para Bourdieu, el gusto es un indicador que traza la frontera entre sujetos cultivados y no cultivados; esta frontera no sólo permite identificar qué tipo de música, deporte, obra de teatro u obra pictórica le gusta más a cada sujeto, sino que permite dilucidar la posición social a la que pertenece, el nivel educativo que

tiene y las relaciones sociales en las que se encuentra involucrado⁵. (Bourdieu; 1988: 38).

Al hablar de ‘alta cultura’ en la región Caribe, estamos haciendo alusión a una clase social que posee un alto capital económico y escolar que le permite acceder, no sólo a bienes suntuosos, sino a conocimientos especializados que legitiman su posición social, y además, permite legitimar las producciones culturales de su entorno. El buen gusto musical es definido por valores morales y estéticos que determinan la frontera entre lo vulgar y lo educado, la perfección e imperfección, así como lo adecuado e inadecuado.

La champeta, en este contexto se ve moral y estéticamente incorrecta ya que se origina en sectores de la población que no cuentan con el capital escolar y económico para producir elementos culturales capaces de representar una identidad regional ni nacional. Sus bailes son vistos como sexualmente vulgares, y su música como rudimentaria.

El problema no es la champeta, es el champetúo que la produce y la consume. Se ve en esta, la imagen de un ser estrafalario, exótico, incapaz de producir un producto cultural, en este caso música, acorde con los valores y tradiciones hegemónicas. Esta idea se deriva de una estigmatización histórica racista, que subvalora y menosprecia las raíces africanas y exalta las costumbres y tradiciones occidentales y civilizadas. Este enfrentamiento nos muestra pues, un primer indicio del gusto y de los valores que se pretenden mantener respecto al folclor que representa a la región y al país frente al mundo

La champeta como género musical representa parte de la identidad de los sectores populares de Barranquilla y Cartagena, tiene bastante potencial para

⁵ Bourdieu sugiere que los gustos pueden dividirse en tres universos distintos que obedecen al nivel escolar y a la clase social. El primero es el gusto legítimo, o el gusto por las obras legítimas que aumenta con el nivel escolar y se hace más evidente en las facciones más ricas de la sociedad. El segundo, es el gusto medio, que abarca a las obras de arte menores y es frecuente en las clases medias, y finalmente, el gusto popular que es común en las clases sociales populares con bajo capital escolar, y en el ejemplo de las preferencias musicales se relaciona con la música ligera y la música culta desvalorizada por divulgación. (Bourdieu; 1988: 30-31)

convertirse en un producto sonoro legítimo. Sin embargo, su reconocimiento sigue siendo nominal y prevalecen aún los estigmas asociados a la violencia, al mal gusto y a lo inmoral. Estímulos y reconocimientos como los que se han logrado en los últimos años ayudan a que este tipo de música empiece a construir un camino no sólo hacia la patrimonialización, como sucedió en los casos de la cumbia, el porro y el vallenato, sino también, que este sea incluido dentro de los discursos y hechos que se toman en cuenta en la construcción de identidad nacional. Este fenómeno musical merece un análisis profundo que observe y analice las prácticas de circulación sonora de la champeta en la ciudad de Barranquilla haciendo explícito el papel que cumple cada uno de los actores fundamentales; a saber, productores musicales, dueños de picó, dj's y locutores de radio, artistas, autoridades locales, piratas o distribuidores informales y no menos importante la audiencia consumidora de este tipo de música y fiestas.

CAPÍTULO II

La verbena Picotera: Caracterizaciones y Generalidades del Picó en la ciudad de Barranquilla

La champeta ha sido estigmatizada y excluida del mercado musical formal lo que ha conllevado a que busque formas alternativas de circulación musical, particulares y ajenas, al mercado tradicional. Dentro de los esquemas de circulación musical de la champeta, los picós cumplen uno de los roles principales ya que en sí mismos son creadores, difusores y distribuidores, y por lo tanto, se puede definir al picó como el alma de la champeta ya que éste género musical encontró en él, un espacio en el que se origina y difunde. Por tal motivo, él picó se empezará a considerar como un tipo de empresa particular que hace parte de un mercado alternativo del género musical analizado en esta investigación. Es por ello que el objeto del presente capítulo será el de describir las generalidades y particularidades del picó como negocio comercial, para posteriormente entender cómo, a partir del mismo, se generan procesos no lineales, sino paralelos de creación, difusión y distribución de este tipo de música.

En la primera parte, se describirán de manera general las características de los picós, es decir, su ubicación geográfica dentro de la ciudad de Barranquilla y las implicaciones que la misma tiene en torno a las alternativas que asume para generar y difundir este género musical. Ello desde una perspectiva etnográfica relatada a partir de las experiencias ocurridas en la investigación del autor. En la segunda parte, se tratará la categorización entre los picós, es decir las diferencias entre los distintos tipos de picó, partiendo de las variaciones tecnológicas y estructurales de los mismos, haciendo especial énfasis en los roles y perfiles de los trabajadores que allí participan. Finalmente, se desarrollará una breve reseña sobre la caracterización de una verbena en donde se describe el montaje de un evento picotero.

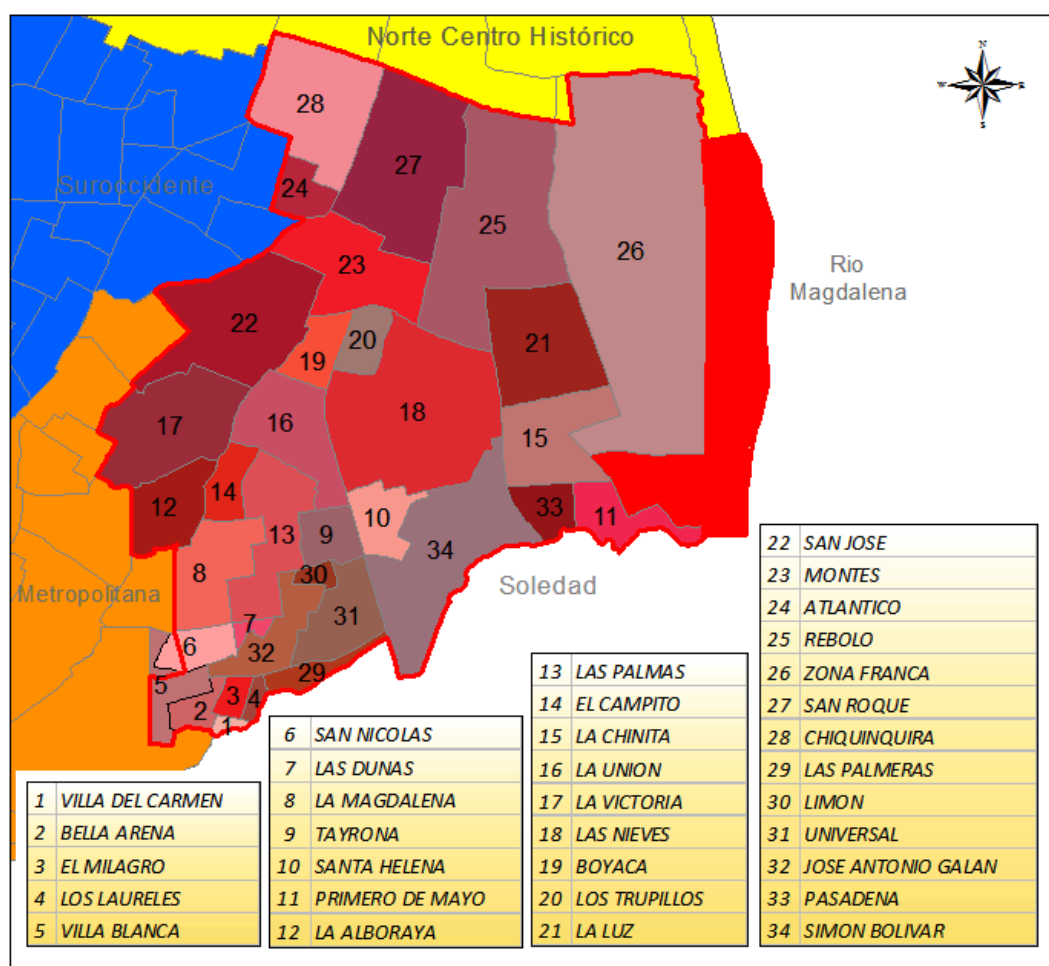
Ubicación Geográfica y Categorizaciones de los Picós

A mi llegada a Barranquilla finalizando el mes de marzo de 2010, ya contaba con una pequeña lista de contactos a los que empecé a llamar para concretar algunas citas, e indagar un poco sobre el panorama picotero en la ciudad. Tuve la fortuna de contactarme con Sintia Bertis, profesional en Trabajo Social de la Universidad Simón Bolívar de Barranquilla, quien para ese entonces, estaba haciendo una maestría en Desarrollo Social en la Universidad del Norte.

Sintia, a quien contacté en un principio para que me ayudara en mi ubicación en la ciudad, era una mujer de 28 años proveniente de Ríoacha en el departamento de La Guajira, pero que desde los 15 años residía en la ciudad. Mientras ella me mostraba la ciudad, conversamos algunas cosas acerca de mi trabajo en Barranquilla por lo que para sorpresa mía, ella me comentó que en el barrio en el que ella vivía, Las Nieves, ubicado al sur occidente de la ciudad, era uno de los barrios donde el fenómeno del picó tenía una fuerte presencia. Este es un barrio popular que se encuentra ubicado entre dos de las arterias viales más importantes de la ciudad de Barranquilla, las cuales son la calle 30 y la calle 17. Comparte límites con los barrios El Rebolo, La Chinita, Montes entre otros, los cuales tienen también una fuerte incidencia picotera. Socioeconómicamente estos barrios pertenecen a los estratos 1, 2 y 3, y se ven afectados por problemas de seguridad relacionados con sicariato, delincuencia común y paramilitarismo, particularmente focalizados en El Rebolo y La Chinita.

Sintia, me explicó que algunos miembros de su familia extensa asistían a verbenas de picós y también organizaban dichos eventos. Me habló mucho de su tía Dannys Berti a quien describió, en un tono algo poco despectivo: “Mi tía, ella, ella sí es verbenera”. Hasta ese momento no había logrado entrar en contacto con alguien que me insertara en la escena picotera de Barranquilla. Pasaron dos días en los que Sintia me mostró la ciudad y sin lograr que ella me llevara a su barrio a conocer a su familia y vecinos.

Al pasar de los días, y visitar con mayor frecuencia a Sintia y su familia, empecé a notar que la casa donde vivían, era un nodo o punto de encuentro barrial y el mismo era identificado por la comunidad como un expendio de cerveza y gaseosa. A pesar de que esta no está constituida como una tienda, muchas personas del barrio se congregan allí. En frente de la casa, sobre la acera, juegan, se hidratan, hablan, o compran minutos para hacer llamadas a celular.



Ubicación geográfica de la escena picotera en Barranquilla: *Foto tomada de Oficina de Participación ciudadana de Barranquilla*

En Barranquilla el fenómeno picotero se encuentra ubicado principalmente en los barrios del sur de la ciudad y en los municipios de Malambo y Soledad. Los barrios

en los que hay más movimiento de verbenas/bailes/casetas son: Las Nieves, Rebolo, Rebolo Norte, Barrio Montes, La Chinita, San José, La Ciudadela 20 de Julio, Nueva Colombia y Simón Bolívar, los cuales, en su mayoría, limitan unos con otros. Las gentes que los habitan tienen una fuerte predilección por la música champeta, tanto africana como criolla (siendo más fuerte la criolla), la salsa y el vallenato. Estas características son importantes para tomar en cuenta, dado que permiten una movilización dinámica de los asistentes, de los realizadores de bailes, del picó y de todo el personal que trabaja directa o indirectamente con él, lo que también da lugar a la organización de eventos picoteros todos los fines de semana con gran afluencia de público.

Estos barrios también comparten características físicas muy similares como las fachadas de las casas, que son de alguna manera homogéneas, sus calles, en las que algunas están pavimentadas, y otras muestran los vestigios de que alguna vez lo estuvieron. Entre vecinos, las relaciones son bastante amistosas y calurosas sin olvidar que existen algunos conflictos entre unos y otros. Dichas relaciones se establecen fuertemente porque comparten, en la mayoría de los casos el espacio público del barrio, como calles y andenes, en donde los habitantes salen con mecedoras y sillas a tomar un poco de aire y a escapar del bochornoso calor de sus casas. Durante el día, y parte de la noche, las puertas de las casas permanecen abiertas y en las cuales se puede observar, sin mucho juicio, que los vecinos entran y salen de múltiples casas saludando y conversando entre ellos. En algunas casas específicas, se puede encontrar que funcionan como nodos de encuentros para la gente en donde juegan dominó, cartas, y bingo durante el transcurso del día mientras toman gaseosa, agua, o cerveza.

En mi caso particular, tuve la fortuna de establecer amistad con la familia Berti particularmente con Danys (de ahora en adelante Dany porque así prefieren que se le llame, y es también el nombre como se le conoce en el barrio) quien como lo mencionaba, me ayudó generosamente en todo el transcurso de esta investigación.

Mi curiosidad sobre los picós barranquilleros crecía enormemente, sobre todo cuando hablaba con la gente del barrio Las Nieves, quienes me decían enfáticos que

si no había visto al Skorpion, realmente no había visto ningún picó de verdad. El Skorpion, es uno de los picós más grandes de Barranquilla y de la costa Caribe. Este cuenta con un gran número de seguidores en la ciudad y en los municipios del departamento del Atlántico. Para las personas que se auto-definen como verbeneras, es decir que les gusta asistir a eventos de picó regularmente, pero que no tienen afiliación de ningún orden con algún picó particular, suelen decir que El Skorpion es el mejor de todos los picós de Barranquilla, incluso afirman que El Rey de Rocha de Cartagena y El Skorpion son los más grandes de la costa Caribe colombiana.



Picós años 70's y 80's: Foto Rafael De la Ossa

Alrededor del Skorpion se entretajan una serie de leyendas que atraviesan lo tecnológico, las virtudes de sus Dj's, las hazañas realizadas frente a otros picós, el número de asistentes y de seguidores que tiene regularmente, y por supuesto la calidad de la música de la que es dueño. Así, mi interés particular por el Skorpion crecía con el pasar de los días en la ciudad de Barranquilla, lo que me impulsó a una búsqueda intensa de los clásicos contendores de este picó entre los que me mencionaron al Solista, El Bobby, e incluso El Rey de Rocha, la idea era entonces conocer a partir de las entrevistas realizadas a sus dueños, Dj's y seguidores, cuáles

son sus características particulares y las distintas maneras en las que se promueve la circulación musical de la champeta.

Segmentación de los diferentes tipos de Picó

La tecnología es uno de los factores más relevantes en la escena picotera de la actualidad, siendo uno de los elementos constitutivos más atractivos para el público champetero/picotero, particularmente en Baranquilla. Las actualizaciones tecnológicas constantes en estos grandes sistemas de sonido son de vital importancia en la acogida que tienen en el público barranquillero. Esto se debe principalmente, a que dichos avances tecnológicos a través de los años han cambiado las formas de circulación musical; la forma de escucha a partir del siglo XX con la música fonogramada, los dispositivos personales de escucha en el carro, la casa y los reproductores individuales han promovido el mercado musical generando una circulación de mayor amplitud en la que la mayoría de personas tienen acceso a una gran variedad de música de forma instantánea. (Pinch y Bijsterveld; 2004, Samuels, Porcello, et al; 2004). Bajo este escenario, vale la pena analizar desde el concepto de ‘paisaje sonoro’ (*soundscape*) la forma de circulación y consumo de la champeta que se da en barranquilla a través del picó.

“El paisaje sonoro (*soundscape*) es casi análogo al paisaje natural (*landscape*) a tal punto como si este intentara contener todo aquello a lo que el oído está expuesto en un entorno sonoro dado. Como el ‘paisaje natural’, también el término comprende las fuerzas contradictorias de lo natural y lo cultural, de lo fortuito y lo sereno, lo improvisado y lo deliberadamente producido. Así como el paisaje natural es constituido por historias culturales, ideologías, y prácticas de observación, el paisaje sonoro implica la escucha como una práctica cultural”. (Samuels, Porcello, Et al; 2004, pág. 4)

El picó, es en este contexto, es un elemento central del paisaje sonoro, en donde la escucha es el eje principal de la circulación de la champeta, particularmente de los procesos de distribución y difusión a los que se ve expuesto este género musical. La inversión en tecnología es por lo tanto, una necesidad cuando se quiere asegurar el éxito comercial de un picó; la inversión en pantallas, sonido de alta potencia y fidelidad, luces y aparatos que permiten intervenciones en vivo de la música, generan que el bailador y audio escucha encuentren una experiencia satisfactoria y diferencial en dichos contextos en los que están expuestos a través de todo aquello que compone el paisaje sonoro de una verbena picotera.

Dentro del contexto picotero existen ciertos niveles, categorías o clasificaciones con las que se denominan los diferentes picós, las cuales tiene que ver con el tamaño, la popularidad del equipo, la tecnología del equipo y la fama de sus DJ's⁶. Dichos niveles son, a saber: a) Mini junior, b) junior, c) picó d) súper picó. Esta clasificación resulta ser de vital importancia para el presente análisis porque determinan el tamaño del negocio, el tipo de eventos para el que son contratados los picós, el volumen de asistencia, el ascenso o descenso de popularidad de un picó, el tipo de música que circula y se reproduce en él, entre otros.

Mini Junior

Los picó mini junior son generalmente sistemas de sonido caseros que cuentan con dos o tres parlantes de gran potencia y una consola de sonido para la reproducción la de la música. Éstos no son contratados para ningún evento y no tienen relevancia más allá de la cuadra de donde habita el dueño, y es habitual encontrarlos en los barrios anteriormente mencionados con mucha frecuencia. Para hacerse una idea muy vaga del número que hay en la actualidad de este tipo de picó, en un barrio de fuerte

⁶ La clasificación que acá se presenta no es de ninguna manera formal y establecida dentro de la escena picotera de la ciudad. La misma, responde a una caracterización desarrollada por el autor y es producto del conocimiento y análisis desarrollado durante el trabajo de campo, se justifica bajo la pertinencia y consecución de los objetivos de la presente monografía de grado.

influencia picotera, encontramos 3 o 4 por manzana. Cada uno de estos picó comparte ciertas características con los demás picós de otras categorías, como por ejemplo, la decoración y el nombre distintivo del equipo que usualmente van pintados en los parlantes y algunas partes de orden tecnológico. Estos sistemas de sonido son puestos en las aceras de las calles frente a la casa del dueño en las noches entre semana, pero con particular fuerza los sábados y domingos. En estos espacios, se reúnen algunos amigos o familiares que no superan un número mayor a siete personas, pero también sucede con frecuencia que los mismos suelen estar sonando, mientras los dueños se dedican a labores caseras.



Foto Picó Mini Junior: *Foto Rafael De la Ossa*

Los géneros musicales reproducidos en los picó mini junior son variados y dependen mucho del gusto musical del propietario. Lo que más suena es la champeta (tanto africana como criolla), la salsa y el vallenato en un porcentaje similar, aunque cabe aclarar que también suenan otros géneros como el reggeaton, el merengue, la bachata y hasta anglo pop en porcentajes menores. La circulación de la música en este nivel

es poco compleja, y se da a través de redes piratas de internet o por medio de distribuidores informales y/o piratas de música ubicados en el centro de la ciudad, consiguiendo incluso las mezclas realizadas por lo DJ's de los grandes picó como el Solista, el Skorpion, El Bobby, entre otros, que el propietario del equipo, por simple gusto de ampliar su repertorio musical, se encarga de conseguir. Este tipo de picó no representa ninguna entrada económica para el dueño y su familia, siendo este entonces un hobby o gusto personal logrando cierto tipo de respeto o reconocimientos social por parte de los vecinos de su cuadra, y tal vez con la vaga idea de algún día lograr armar un gran picó que cuente con gran reconocimiento y formar un negocio rentable a partir de éste.

Muchos de los picós que hoy tienen gran aceptación en el gran público comenzaron desde este punto y tardaron 5 años o más en lograr tener un equipo profesional. Ésta es una práctica que se mantiene desde los primeros picós en la década de los 50's y 60's.

“Los primeros picós, contruidos en los años 50's, fueron poco más que extensiones de la vitrola familiar; pequeños amplificadores que se conectaban con una consola y se colgaban de los arboles en los patios de las casas para generar más volumen en las fiestas familiares. Con el tiempo, éstos sistemas de sonido fueron alquilados a las familias locales y a los clubes sociales para las fiestas, convirtiéndose cada vez más en amplificadores” (Pacini, Deborah; 1993: 87).

Es así como muchos de los actuales y más reconocidos picós de Barranquilla comenzaron su travesía por el mundo de las verbenas.

Picó Junior

Los picós junior son sistemas de sonido más elaborados que los de la categoría anterior dado que estos se utilizan como negocio lucrativo, la tecnología utilizada en estos es más sofisticada y de mayor valor, y a diferencia de los mini junior, los junior ya cuentan con sus propios DJ's.

Los picó junior generalmente hacen parte de negocios familiares donde los diversos miembros de la familia se distribuyen labores tales como: contrataciones de eventos, de DJ's, y de cargadores. Las características físicas y tecnológicas son las siguientes: tres parlantes (un bajo, un medio y un brillo), y una consola reproductora de CD's.

En el panorama de la escena picotera, este tipo de picós no son contratados para grandes eventos ni por organizadores de baile, sino que su foco de negocio se concentra en fiestas y eventos familiares como cumpleaños, bautizos, matrimonios entre otros. Los mismos son también contratados para eventos del barrio o de las Juntas de Acción Comunal que buscan arreglar algunas calles, o mejorar aspectos físicos y decorativos de estas comunidades.

La logística de los eventos en las que participan los picó junior suele incluir el cierre parcial de una cuadra, donde no se cobra la entrada, y en donde las ganancias por venta de comidas y bebidas tanto alcohólicas como no alcohólicas es destinada para los organizadores del baile. Esta categoría de picó no cuenta con seguidores como sucede en el caso de los picós más populares, pero sin embargo, sí cuentan con cierto reconocimiento. En la ciudad de Barranquilla, estos picós no suelen sobrepasar los 20 y cobran por evento entre 600.000 y 1.000.000 de pesos, y a diferencia de los picós más reconocidos, los junior no tienen eventos programados semanalmente. La circulación musical que se desarrolla en la categoría de picó junior es igual a la del mini junior, es decir, simple y nutrida a través de las redes piratas de internet, al igual que de los vendedores informales-piratas que se ubican en el centro de la ciudad.

El 50% de la música que se reproduce en estas verbenas es champeta, mientras que la salsa, el merengue, el reggeton y el vallenato ocupan el otro 50%. Toda la música reproducida en estos picós suelen ser por lo general, los éxitos radiales de mayor popularidad del momento, aunque en algunas ocasiones, suenan también varios clásicos de la salsa.

Otra de las características que se empieza a presentar desde esta categoría y en subsecuentes, son las llamadas *placas*, que de manera sencilla se definen como el eslogan del picó utilizado para generar un distintivo reconocible en referencia con

todos los demás. Dichas *placas*, son voces en off grabadas en estudio que se reproducen constantemente durante toda la presentación del evento y buscan darle la identidad o filosofía de empresa para que la misma sea un diferencial frente a otros picós, ofreciendo también la posibilidad de conseguir seguidores y admiradores para estos.

Estas *placas* son también, frases desafiantes hacia otros picós o contienen frases sublimes del picó que las promueve. Dichas *placas* como mencionábamos anteriormente, son el eslogan de todos los picós que tienen alguna actividad comercial y las utilizan para mantener un reconocimiento dentro de la escena picotera.

“Nosotros acá en el Bobby le colocamos de placa ‘El de la varita Mágica’ ellos (El Skorpion) tuvieron ‘La aplanadora, una caterpillar que se mueve sola’, y otro picó tuvo ‘El gallo fino’ y otro tuvo dizque ‘El Camaleón’ entonces yo decidí sacar una placa que decía: ‘El Gallo fino nos los comimos en el sancocho, el Camaleón con guiso de coco, y la aplanadora se dañó. El Bobby el de la varita mágica no se parte ni se rompe, no se come ni se daña’. Son cosas que uno inventa y que le dan emoción al bailador, al bailador le gusta mucho los inventos.” (Entrevista 17)

Las *placas* son grabadas por Miguel Char (de ahora en adelante Mike Char como es conocido en la región), y tienen un costo de aproximadamente 400.000 pesos, los cuales van exclusivamente para el personal que sirve de intermediario en la emisora Olímpica Estéreo, ya que en este caso el locutor (Mike) no cobra nada por la realización. Sin embargo, no todos los picós de esta categoría pueden acceder a las placas de Mike Char, lo cual genera un mercado de placas y de personas que imitan la voz de Mike Char cobrando precios más accesibles para este tipo de picós.

“Tu sabes que este señor (Mike Char) es una persona bien importante, como ahora puede estar aquí en Barranquilla, como en la tarde de pronto puede estar en Miami, puede estar en cualquier lado del mundo, para él esto un hobby. Ralfi Polo suena mucho acá, el Chino Higuera suena mucho acá, Ángelo el auténtico que es un Dj muy activo es un gran imitador de Mike, ellos son las

voces que imitan a Mike. (...) La voz de Mike Char es la identidad de los picós, esto es como el 40% para que un picó sea reconocido y pueda llamarse así. Picó que se respete debe tener la voz de Mike Char, él no cobra, cobran los grabadores que se rebuscan en eso. Todo el mundo quiere tener placa de Mike, y yo tengo amigos que son los más bárbaros en eso, que son los piratas teniendo esas placas. Cuando Mike graba placas, eso es como comida para el que tiene hambre, entonces son muy buscadas, muy peleadas. Entonces cuando graba todo el mundo dice: -Pila' que grabó el señor Miguel. Entonces si las ponen en la emisora: erda placa es bacana, hay que buscarla. Y tratan de hacer lo que sea por conseguirla y ahí se empieza a piratear la placa para que cada picó de Barranquilla la adapte con el nombre de ellos.” (Entrevista 06)

En conclusión podríamos decir que las *placas* son un tipo de marca de identidad de cada picó, recalcando en este sentido que sin estas un picó no podrá llegar a tener nunca popularidad.

Picó

Los picó que hacen parte de esta categoría comparten una gran similitud en cuanto a sus características con los picó de la categoría Súper Picó. Los picós de Barranquilla que conforman esta categoría son sólo 4; El Gran Fidel, El Solista, El Robert, y El Timbalero. Estos sistemas de sonido son tecnológicamente superiores a todos los picós descritos anteriormente, ya que cuentan con equipos y luces profesionales, y una tarima en medio de dos torres de sonido que suelen estar compuestas por entre seis y ocho bajos, de cuatro a seis medios y de cuatro a seis brillos.

Estas características profesionales y tecnológicas, ofrecen una mejor calidad y amplificación del sonido. Los picós de esta categoría tienen una altura que oscila entre los tres y cinco metros y entre 6 y 10 metros de ancho cuando están armados en su totalidad. Las consolas de sonido, son también profesionales y permiten hacer ciertas mezclas musicales y de efectos sonoros en vivo que conlleva a una mayor

versatilidad para mejorar, cambiar y transformar el sonido que reproduce. Lo mismo ocurre con los sintetizadores de piano y de percusión, que al ser de tipo profesional suelen tomar el protagonismo en momentos específicos de la noche. Los dueños de estos picós, son también propietarios de una planta eléctrica y un camión para el transporte de los equipos ya que debido a la magnitud y frecuencia de los eventos que desarrollan son elementos imprescindibles que permiten el soporte y buen funcionamiento de los mismos, pero que de igual manera, virtúan el nivel profesional del que hacen parte.

En esta categoría, los picós dejan de ser un negocio familiar y pasan a establecerse como negocios comerciales de mayor envergadura. Los DJ's, los asistentes de carga y demás empleados ya no suelen ser miembros de una misma familia, sino que son contratados para la prestación de sus servicios. Este tipos de picós ya se empieza a trabajar con seis DJ's cumplen las funciones básicas del cargo, pero lo hacen en diferentes horarios supliendo y satisfaciendo la necesidades de los eventos para los que fueron contratados. La función de los primeros Dj's, aquellos que empiezan a tocar al iniciar la verbena es la de programar la música que anima a los espectadores a que entren al baile y el mismo se llene rápidamente. Esta actividad la realizan durante aproximadamente tres horas, para posteriormente dar entrada a los DJ's que cuentan con mayor popularidad, es decir, los DJ's principales, quienes por su parte tienen como objetivo mantener el baile lleno e incitar al público al consumo de los productos que se ofertan en la verbena, ya sean bebidas alcohólicas, no alcohólicas y comida.

Los lugares donde actualmente se hacen este tipo de verbenas son parqueaderos o plazas ubicadas al sur de la ciudad en donde se tienen que cumplir ciertos requisitos de seguridad, como salidas de emergencia, personal de seguridad, entre otras, teniendo en cuenta las características del evento, el volumen de gente que éste va a desarrollar. Cada uno de estos picós tienen un público relativamente constante entre el cual se pueden destacar un grupo de personas denominados *seguidores fieles* quienes tienden a estar en casi todos los eventos donde se encuentre el picó. El número de personas que puede llegar a entrar a un evento picotero como

estos oscila entre las doscientas y quinientas personas y sus edades van, en promedio, desde los 15 a los 30 años. En este tipo de eventos ya se empieza a cobrar la entrada que tiene un valor de 5.000 o 10.000 pesos⁷.

Gracias a la gran aceptación que tienen este tipo de picós en el público, estos tienen asegurados contratos para tocar tres días a la semana, y el alquiler de estos equipos para una verbena/baile/caseta tiene un costo que varía entre 1.500.000 y 2.000.000 de pesos por día. La circulación musical en este nivel de picó es mucho más compleja que en los descritos anteriormente, ya que para mantenerse en el negocio, los dueños de estos equipos tienen que conseguir con relativa constancia música nueva y por tanto, mandan a grabar canciones de champeta con artistas de cierto reconocimiento regional las cuales se convierten en discos *exclusivos* de determinado picó.

Así, una canción que mande a grabar ‘El Solista’ será única y exclusivamente de este equipo y sólo se reproducirá en este picó. Estas canciones permanecen con la etiqueta de exclusivos aproximadamente tres meses, hecho por el cual los dueños de los picós se ven obligados a producir mínimo tres canciones al año. El costo de cada exclusivo depende del reconocimiento del artista, los costos del estudio de grabación, de la composición de la pista, y del compositor de la letra, por lo cual, el desarrollo y producción de una canción suele costar aproximadamente entre 600.000 pesos y 1.200.000 pesos. Si dichos exclusivos llegan a tener éxito dentro de los picós, una vez se ha sacado rentabilidad a la canción, los dueños de estos sistemas de sonido regalan la canción a emisoras y a distribuidores informales de música. Estas situaciones suceden cuando el público o el consumidor de música empiezan a llamar a las emisoras a pedir las canciones que se reproducen en tal o cual picó ejerciendo cierta presión a las emisoras para conseguir los discos y ponerlos al aire.

Encontramos en este punto la entrada de nuevos agentes que hacen parte de la circulación de la música champeta. Usualmente ocurre que bajo este escenario, los

⁷ Los casos en los que se cobra 10.000 pesos por el valor de la entrada depende de las características del evento, ya sea porque hay un *duelo* entre picós, un artista de música champeta canta con el picó o se da un volumen de champeta que fueron discos exclusivos en el picó.

directores de los programas radiales de champeta en la ciudad de Barranquilla contactan a los dueños de picós para solicitarles la canción deseada. Sin embargo, este aspecto será analizado con mayor profundidad en el siguiente capítulo.



Foto Picó “El Solista”: *Tomada de Champetaafricana.wixs.com*

En los eventos realizados por estos picós, la programación musical está conformada en un 90% de música champeta y un 10% de géneros como la salsa, merengue, vallenato, y reggeton.

Los dueños de estos picós no organizan sus propios eventos sino que son contactados y contratados generalmente por microempresas dedicadas al negocio de eventos y espectáculos, las cuales, funcionan como una especie de *managers* de picós. Cada picó entonces, tiende a trabajar habitualmente con una o dos empresas de estas debido a la competencia que existe entre organizadores de eventos y entre picós.

Estos picós tienen un reconocimiento regional en los departamentos de Bolívar, Magdalena y Atlántico y son contratados para tocar en múltiples municipios de estos o en las ciudades más importantes de los mismos. Incluso, algunos de estos, como El Solista, y El Gran Fidel, han sido contratados para eventos en Venezuela.

Súper Picó

Los picós de esta categoría comparten casi todas las características con los picó de la categoría inmediatamente anterior. A continuación se expondrán, las principales diferencias que existen entre el Picó y el Súper Picó. Si bien los Súper Picó son sólo dos en la ciudad de Barranquilla, El Skorpion y El Bobby, estos tienen un reconocimiento y un número de seguidores muy superior a cualquier otro picó. En esto influyen varios factores, en primer lugar, porque los equipos de estos dos picós tienen la más alta tecnología y ello les permite publicitar el sonido de sus bailes como los mejores y más profesionales. La inversión económica que hacen sus propietarios es muy superior a la que se le hace a cualquier otro picó. Ejemplo de ello, se puede observar en que estos Súper Picó producen en el año al menos 5 o 6 exclusivos, y todo el tiempo se están actualizando en música, equipos y estética del picó.

En segundo lugar, encontramos que aunque la logística en la organización de eventos y la contratación de los Súper Picó se da de la misma manera que con los picó de la categoría anterior, estos cobran precios más altos por la participación en cualquier evento. El Bobby cobra aproximadamente \$2.800.000 pesos, mientras que El Skorpion cobra \$3.000.000 de pesos por presentación. Aunque los precios de la entrada son los mismos que los de otros picó (\$5.000 o \$10.000 pesos) estos, como se mencionaba antes, tienen un mayor número de *seguidores fieles* y también público en general, hecho que hace pensar a los organizadores de eventos que la taquilla está casi asegurada. Los eventos son por lo general muy grandes y logran convocar entre 500 y 2.000 personas, y tal y como ocurre en los picós de la categoría anterior, las medidas de seguridad deben ser garantizadas por los organizadores y también deben tramitar permisos especiales a la Alcaldía de la ciudad para llevar a cabo los bailes.



Foto Súper Picó “Rey de Rocha”: *Tomada del diario El Universal*

Aunque las dos categorías comparten varias características similares en cuanto a la programación musical en los eventos, la tecnología en sus equipos, en la producción anual de *exclusivos*, el tipo de público asistente, entre otros, una de las diferencias más importantes entre las dos categorías es el valor simbólico que le dan los seguidores a cada tipo de picó.

“Se dice que El Bobby es de otro nivel, por eso es que la gente más bien se va de otros picós y llegan a este. Tu sabes que antes los picós tenían una fama, una muy mala fama, de que el picó es malo, que no se qué, que van puro revolveros. Y yo te estoy hablando del Bobby, porque yo soy seguidora fiel del Bobby, porque yo me he dado cuenta cómo son las cosas, la gente de otros barrios que son de un nivel más alto del que hoy nosotros podemos estar vienen, y los he visto acá en el Bobby, vacilándola, gozando. Por eso es que me gusta el Bobby, porque no es como los demás” (Entrevista 28).

Tecnología, infraestructura y perfiles de los trabajadores del picó

El picó como sistema de sonido ha evolucionado física, tecnológica y socialmente, sin embargo, para los intereses particulares de esta investigación no nos detendremos en retomar las relevancias e incidencias históricas de dichas transformaciones y cambios, sino que al contrario el análisis que acá se contempla es desarrollado a partir de las características que los mismos presentan y se se establecen en la actualidad.

“Anteriormente los picós o muchos picós funcionaban siendo hechizos o maquinas criollas hechas por personas que no sabían y experimentaban. En la actualidad todos los propietarios de picós hemos cogido la línea original porque estamos viendo el que tenga el mejor sonido, la mejor acústica, la más alta tecnología, se valoriza más, y se ve mucho más el rendimiento.” (Entrevista 17).

La estructura física los picós profesionales presentes en los picó y súper picó, se diferencia de los demás por contar con consolas de sonido con la más alta tecnología la cual permite varias mezclas de sonido simultáneas en vivo, y además tiene adaptada una serie de sintetizadores de piano y percusión que van conectadas a los parlantes. Dichos parlantes suelen estar distribuidos entre 6 y 10 bajos, 4 a 6 medios, y entre 4 y 6 brillos, todos ellos adaptados también con tecnología de punta.

Otra de las novedades que se encuentran de manera exclusiva en estas dos categorías de picós, es la aparición de estructuras de metal que soportan el peso, tanto del equipo como de las luces profesionales, que en conjunto forman una súper estructura compuesta por dos torres de sonido y la consola de sonido ubicada en el centro de estas dos.

“El picó en sí es emblemático de una apropiación de la tecnología muy propia de la cultura popular. Inmerso, poderoso, hasta sacudir los huesos, bautizado con nombre e incluso apodo, el picó es el poder tecnológico antropomorfizado y fetichizado, dominado por el Dj que lo amaestra. El picó no solamente coloca la música sino que la transforma usando aparatos electrónicos para añadir efectos, sonidos y samples. El aparato quizá más

usado es un viejo teclado, ya discontinuado, que se usa para proyectar efectos electrónicos como la reproducción de la voz del Dj, cambiando el sonido de la voz a un timbre robótico, no solamente representando el poder *sobre* la tecnología, sino convirtiendo el sonido de la voz del dueño a un *cyborg* que *encarna* la tecnología” (Birebaum, 208; 2005)



Foto “El Skorpion”: Tomada de Elpikotero88

Generalmente estos picós profesionales también se distinguen por estar decorados con coloridos dibujos ubicados en los parlantes señalando el nombre del picó y el logotipo que los caracteriza, y si bien, los demás picós tratan de imitar estas decoraciones, los súper picó emplean mano de obra profesional y ‘artística’ para alcanzar una apariencia visual, que en muy pocos casos, pueden costear picós más pequeños.

El equipo de trabajo de los picós profesionales está conformado por un grupo de asistentes de carga, que suelen ser entre 6 y 12 personas entre 18 y 35 años, y tienen por función montar y desmontar las súper estructuras de sonido. En cuanto a los aspectos técnicos y musicales, el dueño del picó generalmente contrata a un

ingeniero de sonido quien es el encargado de revisar la nitidez del sonido, los niveles del audio, el funcionamiento y correcto desempeño de los micrófonos y por supuesto, solventar los posibles daños o problemas que se puedan presentar en los equipos durante el evento. A ello Luis Hernández propietario del Bobby, comenta que este en sí mismo, genera 17 empleos directos y un gran número de empleos indirectos:

“Para El Bobby trabajan 17 personas que se distribuyen de un administrador que está pendiente del funcionamiento del sonido, de la promoción del picó, un ingeniero de sonido que está constantemente de que el equipo este en óptimas condiciones, 7 empleados o asistentes de carga, le diría yo, que son los que se dedican a cargar el equipo, en sí a armarlo, a hacerle mantenimiento, a mantener la imagen del picó. Un par de animadores, un par de Dj’s y dos personas que tocan la percusión, el piano, lo que vulgarmente decimos los del ‘perreo’.” (Entrevista 17)⁸

El éxito o fracaso de los picós no se puede establecer por un único motivo, el picó funciona como un todo armónico y sincronizado que se equilibra entre la tecnología utilizada, la participación de Dj’s reconocidos, y la producción musical de la champeta. Es este último aspecto el que toma vital importancia en el mundo picotero ya que el lanzamiento de los discos *exclusivos* es el motor y principal objeto por el cual se atrae al público champetero; es de este modo como los picós logran ser reconocidos y contratados para la participación en eventos lo que permite su vigencia y estabilidad como negocio comercial.

“Los desarrollos en las tecnologías del sonido en los últimos 50 años han cambiado dramáticamente la manera en que la música es producida y consumida. En el siglo XIX la mayoría de la música era experimentada a través de presentaciones en vivo. Hoy la mayoría de la música es escuchada individualmente a través de dispositivos

⁸ El único picó de Barranquilla que cuenta con un administrador es El Bobby dado que en los demás picós quien se encarga de administrar al equipo es el mismo dueño.

tecnológicos, tales como estéreos personales o computadores que permiten la descarga desde internet de archivos Mp3. (...) Las tecnologías tales como el fonógrafo, la grabadora, y los discos compactos han permitido que el ‘sonido’ sea producido, controlado y manipulado independientemente de los músicos. En los estudios de grabación actuales, los ingenieros pueden ser tan importantes en la producción del sonido como los músicos mismos” (Pinch y Bijsterveld; 2004).

Encontramos que los picós que tienen cierto nivel de popularidad y de reconocimiento entre sus seguidores y tienen características especiales que los distinguen de los demás picós. Esto se evidencia en el tamaño de sus equipos que suelen medir entre 2 y 5 metros de altura, y pueden llegar a costar entre 20 y 200 millones de pesos. Es precisamente por este motivo que la inversión en tecnología resulta ser uno de los pilares fundamentales desde donde se construye la identidad del picó, la cual a su vez, se compone también de otros aspectos importantes como por ejemplo el reconocimiento e imagen del personal de trabajo, particularmente de los dj’s del picó.

Personal del Picó

En las categorías de picó y super picó, es decir, aquellos que cuentan con gran reconocimiento en la ciudad de Barranquilla, trabajan aproximadamente entre 12 y 18 personas: el dueño del picó, el ingeniero de sonido, los diferentes Dj’s y los asistentes de carga.

A continuación se presenta una breve descripción de estos roles en aras de establecer la composición y las diferentes maneras a través de las cuáles se involucra al picó, que si bien en su sentido más extenso, se consolida como una empresa de carácter comercial, no deja de considerarse también, el engranaje principal en el esquema de circulación musical de la champeta.

- **Propietarios:** El propietario es quien se encarga de invertir un capital en lo referente al equipo, en que este se encuentre actualizado tanto tecnológica como musicalmente, y por otro lado se encarga de las relaciones públicas, es decir, todo lo referente a los contratos de eventos para los cuales el picó ha sido contactado. También se encarga de pactar el precio de alquiler del equipo de los cuales al propietario les queda libres cerca del 50%, el porcentaje restante es distribuido para los pagos de los demás trabajadores.
- **Dj's:** En todos los picós profesionales se hace necesario la contratación de seis Dj's para trabajar en cualquier evento. La figura del Dj es relativamente nueva en el mundo de los picós, y se crea a partir de la necesidad de controlar las peleas y problemas en los eventos que se realizaban; Raymundo Barrios Barceló, propietario de la emisora Madrigal Estéreo y antiguo propietario de picós explica al respecto:

“La primera vez que un picó utiliza un Dj hablando, lo hice yo. Pero yo lo hice sin intención, simplemente lo utilizaba para que la gente entrara, y cuando había un brote de pelea o de riña yo tomaba el micrófono y decía: ‘Por favor esto es una fiesta y lo que no estén de acuerdo, los que vienen a provocar, lo sacamos.’ Y entonces yo le decía al público para que sacara a los que pretendían dañar el baile, el mismo público los cogían y los sacaban y es cuando empieza el Dj a tener mayor necesidad de existir. Todos saben que se inventa el Dj a través del Rayo Stereo el que fue por muchos años mi picó”. (Entrevista 09)



Foto “Dj del Skorpion”: *Tomada del diario El Universal*

Actualmente, los Dj’s se encuentran divididos en dos categorías: los Dj’s principales y los Dj’s secundarios. La única diferencia que existe entre los Dj’s secundarios y los principales, es que los secundarios son quienes empiezan a tocar, animar y programar la música al inicio de la fiesta, es decir, entre las seis de la tarde y las 9 de la noche, mientras que los principales son aquellos que cuentan con un mayor reconocimiento y por tanto, son parte clave del desarrollo del evento, estos suelen tocar entre las 9 de la noche y las dos o tres de la mañana. Encontramos que los Dj’s pueden cumplir distintos roles, por ejemplo, el *DJ principal*, es quien se encarga de programar la música, el *DJ animador*, es el que anima la fiesta diciendo frases alegóricas al picó y hacia sus seguidores, y finalmente *DJ pianista o del perreo* quien es el que se encarga de manejar los sintetizadores de piano y percusión encargándose también de la transformación del sonido del disco de champeta en vivo. A los Dj’s se les

paga la noche aproximadamente entre 50.000 y 100.000 pesos, según su categoría de primarios o secundarios; los contratos entre estos y el organizador del evento o dueño del picó son de palabra, y por lo general trabajan de manera constante con un único picó. Este trabajo no es considerado por ellos como su actividad económica principal. Muchos de los DJ's alternan su trabajo en los picós con labores relacionadas a la venta de equipos de picó y también como DJ's de emisoras radiales.

- **Asistentes de carga:** Son todas las personas que se encargan de transportar, armar y desarmar el picó para un evento determinado. Como los DJ's ellos también tienen contrato de palabra y se les paga entre 20.000 y 40.000 pesos la noche, y tampoco es considerada su actividad económica principal.

La mayoría del personal que trabaja en los picós no suele tener estudios especializados en música o sonido. Tanto dueños como dj's y demás trabajadores cuentan casi siempre con estudios de bachillerato y en otros casos apenas alcanzan los de primaria. El trabajo al que se dedican y que realizan desde años atrás ha sido aprendido de manera empírica o con la ayuda de familiares y amigos. Casi siempre, las excepciones de estos casos son los ingenieros de sonido quienes cuentan con formación universitaria y sirven de apoyo en el proceso de armado del picó en el lugar donde se realizan los eventos.

A manera de recapitulación, encontramos que los picós con mayor reconocimiento en la ciudad de Barranquilla y que no superan los 5 picós (El Skorpion, El Bobby, El Solista, El Robert, y el Timbalero), son contratados para tres eventos distintos semanales comenzando el día viernes, y finalizando el día domingo. Los viernes y sábados las verbenas o bailes con picó comienzan desde las seis de la tarde y van hasta las dos de la mañana, y los domingos, empiezan a las dos de la tarde hasta las doce de la noche.

La Organización de la Verbena: El Picó Como Negocio Comercial

En este apartado, se explicará cómo funciona el negocio de los picós teniendo en cuenta la clasificación y caracterización que hemos hecho anteriormente. Para empezar, debemos aclarar que para los organizadores de verbenas es rentable contratar, solamente los picós de la tercera y cuarta categoría. Entraremos a describir cómo funciona el negocio picotero en relación con los organizadores de verbenas/bailes/casetas a partir de la experiencia en la asistencia de distintos eventos picoteros.

Generalmente los organizadores funcionan como microempresas de eventos y espectáculos, y aquellos que tienen actividad en el mercado no superan un número mayor a cinco. Estas cinco microempresas monopolizan el mercado de los grandes eventos picoteros en la ciudad de Barranquilla, y funcionan como una especie de *managers* por lo que picós sólo trabajan con una o máximo dos empresas de este tipo. Entre organizadores de verbenas y dueños de picós existe un acuerdo implícito en el que se establece que los dueños de picó o las empresas organizadoras de baile no pueden hacer contratos con las competencias en el mercado. Los dueños de picós son contactados por los microempresarios de eventos y de espectáculos quienes los contratan por determinadas horas que dura un evento. Tal y como se mencionaba anteriormente los contratos de los picós están entre \$1.500.000 y \$2.000.000 de pesos, mientras que los contratos de los Súper Picó están alrededor de los \$3.000.000 de pesos. Uno de los organizadores de eventos, y también dueño de picó explica al respecto:

“Uno de los aspectos más importantes a la hora de empezar a gestionar un evento de picó son las relaciones. Que tengas buenas relaciones con los de los comités para obtener un permiso. Segundo, ser muy organizado y responsable, porque es que hay vidas a cargo tuyo porque tú eres el dueño hay que garantizar la seguridad del bailador y cualquiera no garantiza la seguridad del bailador. -¿Cómo se garantiza la seguridad del bailador?- Con un buen trato, con una contingencia elaborada con anticipación, previa al

evento ya. Nosotros aquí normalmente un baile manejamos de 1000 a 1800 personas ¿Qué trata uno? De no vender vidrios, osea que en las verbenas se dan la lata, que el trago sea consumido en caja, o de lo contrario, por ejemplo si es whiskey vigilar ese momento en el que la persona ya la está terminando y recogerla (la botella) inmediatamente. Lo otro, buena iluminación. El personal de seguridad que no debe faltar”. (Entrevista 30)

El proceso empieza cuando se programa con el picó el evento para un día particular, posteriormente, se solicita un permiso ante la Alcaldía Local de Barranquilla con 15 días de anterioridad a la fecha del evento en donde se especifica la condiciones en las que tiene que realizarse el evento. En dicho permiso se pagan impuestos a la organización Sayco por la música fonograbada y unas pólizas según la magnitud del evento, es decir, el número de asistentes a este. Dichas pólizas tienen que ver con la seguridad del evento⁹ y deben ser aprobadas por una junta o comité¹⁰ en la que se evalúa cada caso particular, es decir, se estudia el lugar, los antecedentes de las fiestas realizadas, y la responsabilidad de los organizadores y de los dueños de picós en otros eventos. En ocasiones se niegan los permisos debido a que los lugares en los que se van a llevar a cabo los eventos, son considerados zonas de alto riesgo debido a problemas de pandillismo, sicariato, y delincuencia común entre otros. Barrios como ‘La Chinita’, ‘Rebolo’ y ‘Nueva Colombia’, no cuentan con la autorización de las instituciones competentes para la realización de bailes/verbenas/casetas.

⁹ Este tipo de pólizas están reglamentadas en el decreto 0011 de 2005 de la ciudad de Barranquilla.

¹⁰ La junta está conformada por: Un representante de la Secretaría de Gobierno, un representante de la Secretaría de Espacio Público, un representante de la Secretaría de Salud, un representante de la Policía, un representante de la Defensa Civil, un representante del Cuerpo de Bomberos, y un representante del Departamento Técnico Administrativo del Medio Ambiente de Barranquilla (DAMAB).



Foto “Verbena”: Tomada de vice.com

“Los trámites son muy sencillos. Primero que todo, hay que pedir la autorización de la comunidad donde tu vayas hacer el evento, tienes que recoger unas firmas, las firmas de las personas que estén de acuerdo a la realización del evento, normalmente se coge las personas que están al lado, al frente son las que se cogen. Además de eso debes solicitar una carta donde estás solicitando el permiso, eso se somete a un estudio, eso es breve, con 15 días de anticipación y tienes que llevar eso a la autoridad legal. Ellos tiene que al barrio para hacer un buen estudio. El barrio, debe ser un barrio que no esté vetado, el problema es que acá en donde se mueve la champeta hay muchos barrios vetados.” (Entrevista 30)

Quienes organizan los eventos picotereros contactan a distribuidores de bebidas alcohólicas y no alcohólicas con quienes manejan un acuerdo de ‘mercancías en consignación’ lo que implica que se entrega una cantidad determinada de productos solicitados y de lo que se venda en el evento se le paga al distribuidor, y el resto de

mercancía sobrante se devuelve. Los organizadores de eventos compran los productos a un precio y en el evento se vende a un precio superior para adquirir una ganancia mediante este.

Estos eventos se realizan en lugares cerrados pero a cielo abierto como parqueaderos, y plazas públicas que se cercan. Las instalaciones tienen que contar con las condiciones mínimas de seguridad y salubridad teniendo en cuenta la cantidad de público asistente. La inversión hecha para pagar dichos servicios se obtiene de la recolección del dinero de las taquillas que en últimas, son ganancias o pérdidas para el organizador del baile.

En el caso que una verbena/baile/caseta se ‘caiga’ debido a que la asistencia del público no es la esperada, los DJ’s encargados del picó son los responsables de animar a los asistentes y también a quienes se encuentran a las afueras del recinto donde se realiza el evento para que ingresen al mismo. En caso tal de que se caiga el baile o este no fuera exitoso, el organizador de la verbena acuerda con el dueño del picó pagarle tan sólo la mitad de la plata por la que fue contratado. Esto hace parte del acuerdo de palabra que se realiza entre el organizador del baile y el dueño del picó.

Generalmente a este tipo de espectáculos asiste una gran cantidad de público o de seguidores fieles, pero también, muchos otros a quienes les gusta el ambiente picotero van al lugar y se quedan durante todo el evento a las afueras del recinto; allí consumen bebidas alcohólicas o no alcohólicas y escuchan las canciones programadas en el picó sin pagar la boleta de entrada. Estas personas suelen ser de clases populares y no cuentan con los medios económicos de costear boletas de \$5.000 ni de \$10.000 pesos.

Hasta ahora hemos descrito casi en su conjunto qué es el picó y cómo funciona este como negocio comercial, ahora, expondremos las generalidades de una fiesta picotera en la ciudad de Barranquilla.

Viernes, sábados y domingos, la fiesta picotera empieza con la llegada de los camiones con seis o siete horas de anticipación al lugar donde se realizará el evento. Si bien, este se ha adaptado previamente con un grupo de doce o quince obreros

quienes trazan el cercado con vallas metálicas y enmarcan las salidas de emergencias, el lugar aún no se encuentra del todo listo.

Los curiosos, espectadores y seguidores fieles de los picós que animan la fiesta empiezan a circundar el lugar mientras que el Staff del picó comienza a armar el escenario donde en la noche se subirán los DJ's a animar el público. Entre tanto, camiones de diferentes empresas empiezan a hacer su arribo: las sillas, las carpas, las canecas, el hielo, y los productos de consumo son descargados con agilidad por los trabajadores.

El proceso de descargue y armado de las carpas que funcionarán como tiendas de provisión está a cargo del personal de logística quien controla la organización del evento. En otra parte, las pesadas piezas de metal son descargadas en orden para poner los soportes de la estructura de sonido, dos torres de parlantes de entre 3 y 5 metros empiezan a ser armadas desde abajo hacia arriba. Primero los bajos, luego los medios y por último se montan los brillos. Posteriormente, se empieza a armar la tarima o escenario donde ocupan su puesto los DJ's.

Allí en medio de las dos torres y luego de que se ha definido el lugar donde estas irán, de modo tal que se deje un espacio para la ubicación del público y además el sonido se distribuya de modo correcto, se levanta, en la parte más alta la iluminación del espectáculo; las diferentes clases de luces son puestas a lo largo de aproximadamente 5 metros. Estas cumplirán en la noche parte esencial del show.

Por último, se realiza el armado de la tarima de los DJ's donde además de la consola de sonido, se pondrá una especie de piano o teclado para hacer el perreo. Finalmente, los asistentes de carga y armado revisan que las conexiones de luz y el sonido estén funcionando de la manera adecuada. Posteriormente, el dueño del picó y el ingeniero de sonido, comienzan a hacer las primeras pruebas de sonido ajustando el volumen y la calidad. Faltando media hora para el inicio de la verbena, los DJ's secundarios hacen los primeros llamados para que el público ingrese al baile.

Las primeras canciones son muy animadas, y cada 2 o 3 minutos se están poniendo *placas* alegóricas al picó y otras que invitan a entrar evento. Los primeros

asistentes que llegan, empiezan a ubicarse en la parte delantera del lugar, a 2 o 3 metros de donde se encuentra el picó cantando y bailando las canciones programadas.

El público que asiste a estas verbenas/bailes/casetas es compuesto generalmente por jóvenes y adultos entre los 15 y 30 años, y tanto mujeres como hombres asisten en proporciones similares. Si bien, algunos empiezan a entrar al sitio a las seis o seis y media de la tarde, son muchos más los que llegan y se quedan en las entradas hasta dos o tres horas esperando que llegue el turno de tocar los DJ's principales.

Una vez llega el turno de programación de los DJ's principales el público entra masivamente al evento, los asistentes se empiezan a ubicar lo más cerca posible del picó. A las ocho o nueve de la noche, los seguidores fieles se alistan para empezar la fiesta, ellos asisten y miran hacia el picó como si estuvieran asistiendo a un concierto prestándole mayor importancia y prioridad a las actuaciones de los DJ's.

El DJ programador se encarga de ir poniendo los discos a medida que va avanzando la noche, este ha diseñado una guía en donde pone un orden de canciones subiendo, manteniendo o bajando el ánimo de los bailadores en diferentes momentos de la fiesta. Este DJ es también el encargado de poner las placas que ayudan a animar el baile.

Por su parte, el DJ animador invita al bailador a participar activamente del evento, mientras salta y canta recorriendo la tarima tratando que la energía del lugar empiece a sentirse cada vez más alta. Entre tanto, el DJ del *perreo* o pianista transforma el sonido de una canción con sintetizadores de piano y percusión que causa un mejor efecto en el público y le da sabor a la canción y en general al baile.

En este punto, los participantes del evento bailan y gozan con euforia. Al observar al público participante, se puede notar que el número hombres y mujeres se encuentra en proporciones similares, de igual modo, en este momento son pocas las parejas que bailan juntas; las personas bailan generalmente solas. Tanto hombres como mujeres utilizan sus habilidades corporales individuales para mostrar a los demás que son los mejores. El baile se desarrolla como una especie de Break Dance, en el que algunos de los asistentes se retan a bailar apostando una cerveza o algo de

dinero, a este duelo de bailadores se le conoce como ‘pique’ en Barranquilla. La mayoría de asistentes, aunque bailan solos, no entran a participar en los piques.



Foto “Verbena Picotera en estadero cerrado”: *Tomada del diario El Tiempo*

Al interior de la verbena podemos encontrar algunos vendedores ambulantes que ofrecen al público cigarrillos, chicles, dulces y algunos snacks. Estos no hacen parte directa de la organización del baile pero que tienen permisos especiales para vender dentro del evento. En algunos casos, estos vendedores pagan la boleta de entrada lo cual les da derecho a vender dentro de la verbena, o también pueden acordar con el organizador del baile que lo dejes entrar sin pagar la boleta.

Aunque en una verbena de picó y súper picó pueden entrar de 300 a 2.000 personas, en las afueras del baile hay también centenares de personas que no entran debido a que no pueden pagar la boleta, pero se quedan escuchando y bailando la música mientras toman algún tipo de licor que han comprado fuera del evento.

El picó plantea unas prácticas de consumo musical apartadas del mercado formal, la experiencia vivida en la verbena resignifica la manera en la que la champeta es difundida y consumida por los audioescuchas. “Las nuevas formas de mediación tecnológica a finales del siglo XIX ayudaron a constituir un vínculo modernista particular con el sonido, intensificó las prácticas culturales de la escucha,

e impulsó cambios en las prácticas de significación” (Samuels, Porcello, et al; 2004, pág. 5). La verbena sumerge al bailador y consumidor de champeta en un contexto particular enmarcado por un paisaje sonoro que ofrece distintos elementos de estética, sonido, espectáculo y tecnología que le permite al bailador experimentar la práctica de escucha de forma diferencial frente a otros géneros musicales, mediante la cual se genera un arraigo e identidad hacia la música champeta y un cierto nivel de afiliación hacia un picó particular.

Como afirma Birenbaum, la economía de la champeta y el picó es una economía del prestigio cuando se paga y se compra un nuevo dispositivo tecnológico, eso genera prestigio. Al comprar una entrada a la verbena picotera se está pagando por una membresía exclusiva al club de un determinado picó, se está comprando la sensación que ese picó tiene y que otros no. De esta manera, el dinero se traduce en sonido. El picó en sí mismo es un símbolo local que a través de sus elementos tecnológicos, visuales y sonoros, inspira el poder y el prestigio del cual carecen sus seguidores (Birenbaum; NA). El prestigio es por tanto importante en el ecosistema de la champeta ya que sus seguidores son miembros marginalizados de la sociedad en la que carecen de poder económico, político y social, y en este sentido encuentran tanto en la música, en la verbena y en el picó, una serie de elementos que afianzan su identidad y desde donde pueden reproducir sus intereses, ideales y sentimientos.

A lo largo de este capítulo, hemos hecho un panorama general sobre la verbena picotera, en la que situamos específicamente las zonas geográficas en la ciudad de Barranquilla en donde el picó tiene una fuerte influencia, además de hacer una descripción detallada de las características físicas y tecnológicas de estos sistemas de sonido, el tipo de negocio, los roles y perfiles de cada uno de los trabajadores, así como la puesta en escena de una verbena picotera. Esto con el fin de generar un entendimiento detallado sobre los elementos requeridos para la realización de un evento de picó, y dar paso entonces a las formas alternativas de circulación musical de la champeta, en donde el picó resulta ser el eje principal dentro de los procesos de circulación, siendo parte fundamental en la producción, difusión y distribución de los productos sonoros de champeta.

CAPÍTULO III

Circulación musical de la champeta: Procesos de creación, difusión y distribución

Hemos descrito hasta acá, las generalidades y particularidades de los picó como negocios comerciales o empresas generadoras de música champeta que no se alinean con las formas tradicionales de música o mercado formal. Es por ello que en este capítulo se analizarán y describirán los diferentes procesos por los que atraviesa una canción de champeta en la ciudad de Barranquilla, partiendo de la noción de *exclusivo* y tomando como eje central la figura del picó.

En la primera parte, se tratará la estrecha relación entre los picós y la champeta, en este sentido se mirará el papel del picó como productor, difusor y distribuidor de champeta en Barranquilla en el que 1) se describirán los múltiples y diferentes procesos de creación de un exclusivo de champeta, 2) se analizará el rol que desempeñan los DJ's de los picós en la difusión de la champeta 3) se observará la relación entre los picós y las emisoras radiales de la ciudad, cuando una canción de champeta (Exclusivo) llega a la radio, y finalmente, 4) se enfocará en la relación entre los picós y los distribuidores informales de música.

Se parte de los niveles dados por Carmen Abril y Mauricio Soto quienes en su texto “Entre la Champeta y la Pared. El futuro Económico y Cultural de la Industria Discográfica en Cartagena” explican que el mercado musical de la champeta, puede ser analizado y visto desde tres niveles. Estos son:

Bajo: Compuesto por todos los artistas potenciales que buscan contratos con las productores ya sean independientes o las majors. Por otro lado dan dinamismo al mercado por su alta competitividad y la constante renovación de los productos

musicales. En este nivel es importante la intervención de productores caza-talento. **Medio:** existe una relación productiva entre artistas y productores, ya sean majors o productores independientes. En este nivel se le da un valor fundamental al talento. Los artistas ingresan de una forma más o menos formal al mercado productivo. Acá, los picós funcionan como laboratorios del mercado que miden de alguna manera la oferta y la demanda del producto musical, se ve una producción de CD's (producto tangible) usualmente se da de manera informal. **Alto:** en donde los artistas se convierten en estrellas con un amplio reconocimiento, producidos por sellos independientes y majors, lo que genera una disputa por los artistas, disputa que es desigual por el músculo financiero con el que cuentan los majors. El mercado se vuelve nacional e internacional y de carácter formal. (Abril y Soto; 2004)

Los niveles que van a funcionar como hilo conductor en la lectura del capítulo, serán esencialmente los niveles bajo y medio, en donde se pueden observar con mayor claridad las características más relevantes en los procesos de producción y creación, y de difusión y distribución de la música champeta. El nivel alto, al que hacen referencia los autores, no se tiene en cuenta porque la producción a gran escala o de sellos musicales fuertes dejó de producir música champeta a partir de los años 2002 y 2003 debido a que este género dejó de ser rentable y no pudo seguir siendo comercializado en otros sectores del país que no fueran la costa Caribe.

“(…) la aceptación e incluso la valorización de la champeta permanecen limitadas: muy rápidamente, su éxito declina, las casas disqueras la ignoran, los productores pasan a nuevos ritmos. El carácter transitorio de esta en la escena nacional muestran hasta qué punto la champeta responde a una demanda y se inscribe en prácticas localizadas.” (Cunin; 2006)

Producción y creación de la champeta

En este apartado nos enfocaremos en tratar la circulación musical, se observarán las características y facetas de un producto sonoro en relación con los distintos actores que intervienen en el proceso de producción y creación de música champeta.

Uno de los mayores atractivos de los picós son los discos que se denominan en el argot popular costeño como *exclusivos*. Actualmente, éstos son entendidos como canciones de champeta las cuales son propiedad de un único picó, es decir, que de los múltiples picós que existen, cada uno maneja un repertorio de canciones de champeta que ningún otro picó tiene, y en los cuales recae en gran parte su éxito y popularidad.

La champeta presenta entonces, formas de producción, difusión y distribución particulares ajenas al mercado tradicional, en las que los picós cumplen uno de los roles principales en cada una de las etapas mencionadas anteriormente. La champeta es producida por los dueños de picó, quienes contratan a artistas locales de champeta, sellos disqueros independientes, y compositores de letras para crear un exclusivo para su picó.

La música champeta es especial ya que es el único género musical que necesita de un tratamiento particular, a diferencia de lo que sucede con otros géneros, ya que su desarrollo en sí mismo, no responde a un proceso lineal es decir, consecutivo en su orden de creación, difusión y distribución, sino que dichos procesos se realizan muchas veces de manera simultánea. La champeta es la música más reproducida en los picós dado que este es su producto principal y por tanto, depende de manera significativa el éxito de estos en el mercado picotero. Géneros como la salsa, el reggeton y el vallenato entre otros, se obtienen a partir de las descargas que se hacen desde internet desde programas como Ares, Emule, etc., y por distribuidores informales/piratas. Generalmente las canciones pertenecientes a dichos géneros musicales suelen ser éxitos de las emisoras radiales o de los lugares de rumba tales como tiendas, bares, discotecas y estaderos o bien, ser clásicos en su categoría. En los picós, la obtención de los otros géneros musicales distintos a la champeta, es responsabilidad del DJ programador.

Para entender cómo funciona dicha circulación se hace necesario exponer los distintos elementos que se requieren para la creación, producción y distribución de una canción de champeta. Se debe anotar que en la ciudad de Barranquilla hay una

notable ausencia de cantantes de champeta por lo que es posible que algunas de las formas de circulación varíe o sea diferente a las existentes en la ciudad de Cartagena.

El proceso de creación de una canción de champeta comienza a partir del picó, porque como ya se ha dicho, esta música es parte esencial del éxito de cada uno de estos amplificadores de sonido. Cada picó se debe a la música champeta y está lanzando canciones exclusivas entre tres y cinco veces al año, los dueños de picó tienen que mandar hacer las canciones contratando a cantantes que generalmente residen en la ciudad de Cartagena para que interpreten una determinada canción que será exclusivo en ese picó. Paralelamente, se contrata al compositor de la letra, al compositor de la melodía y a un estudio de grabación; cada una de estas partes intervienen en el proceso de creación de una canción de manera importante. Así pues, la producción de la champeta en Barranquilla depende casi en su totalidad de los diferentes picós que existen actualmente en la ciudad. La base de un negocio de picó se encuentra en la amplitud de su repertorio musical que tenga, particularmente en el número de *exclusivos* que llegue a grabar, por lo que está obligado a producir anualmente entre 3 y 6 canciones de champeta que se impulsarán como *exclusivos*.



Foto “Dj de Champeta”: *Tomada de Palenque Records*

Al preguntarle a Luis Hernández, dueño del picó El Bobby acerca del proceso de creación de un exclusivo, comenta:

“Se le dice música exclusiva a la champeta criolla, esa que el propietario del picó manda a hacer. Manda hacer la pista, contrata al estudio, por ejemplo yo en la actualidad tengo 18 canciones compuestas por mí. Creo que soy el único dueño de picó que compone sus propias canciones y el 70% son interpretadas por Mr. Black¹¹. Estas canciones son exclusivas porque son de uno, uno cancela todo el procedimiento y lleva lo que vulgarmente en el mundo picotero llamamos las ‘cobas’, lo que usted, de pronto conoce por saludos. Esa es la música que en la actualidad estamos manejando en los picós porque ya no podemos decir en la actualidad que tenemos un disco de champeta africana exclusivo. El que le diga eso, es mentira. (...) La pista de una canción de champeta en Cartagena, hay muchas personas que hacen pistas, es más, se están haciendo pistas por Frooty Loops, por computadora y se ahorra uno en músicos. En Barranquilla creo que sólo hay una persona que hace pistas, y una pista oscila en un valor de los 150 o 200 mil pesos, depende del tipo de instrumentos en vivo que le metas. Guitarras eléctricas, congas, trompetas, siempre va a llevar una base de champeta. En la actualidad se están haciendo pistas por computador, por un programa que se llama Frooty Loops. El artista, cobra 400 o 500 mil pesos, depende de lo pegado que este. O hay artistas que no te cobran porque quieren sonar, quieren pegarse, que los escuchen. Mr. Black, cobra 500 mil pesos si sólo canta, pero si hace la pista y canta y todo, cobra 700 mil pesos. Así se arma el exclusivo. Uno no suelta un exclusivo porque es de uno, porque así es la cultura del picó, es una cultura de orgullo” (Entrevista 17)

Por otra parte, al preguntarle a Cesar Mercado, dueño del picó Skorpion cómo se obtienen los exclusivos responde:

¹¹ Mr. Black es quizá el cantante más reconocido de música champeta tanto a nivel nacional como internacional.

“Uno los manda a hacer, si, uno los manda a hacer, ehh, básicamente con la champeta. El producto exclusivo son champetas, esos discos unos los manda a hacer. Habla con los músicos que le hagan la pista, habla con el cantante que uno quiere que le grabe la canción, habla con el compositor, y entre los cuatro nos reunimos y hacemos el disco que yo quiero, o el que más me gusta a mí, o de la forma que yo quiera.” (Entrevista 20)

El proceso de creación de un exclusivo de champeta inicia en el momento en el que el dueño de un picó decide grabar una nueva canción para mantener y aumentar la popularidad de su equipo. Contacta simultáneamente al artista que interpretará la canción, al escritor de la letra, a los arreglistas y al estudio de grabación quienes son todos los personajes que intervienen en la creación de una canción de champeta. El primer paso que se lleva a cabo en este proceso de grabación, es la composición de la letra con esta base, el siguiente paso será entonces solicitar a los arreglistas y a los ingenieros de sonido un trabajo conjunto para que se realice la composición de la melodía y/o pista para que se ajuste a la letra de la canción.

Thomas Porcello aporta una importante reflexión para llevar a cabo la observación y análisis de este proceso, pues para él, el problema que se debe tener en cuenta es la intertextualidad de un producto sonoro que surge a partir de la creación del mismo. Dichas intertextualidades son imperceptibles para el consumidor del producto final, dado que a este le llega de una manera limpia desconociendo así, el proceso previo que requiere la creación de un disco o canción. El consumidor final de un producto sonoro recrea unas imágenes falsas del proceso de creación dado que no sabe nada sobre las discusiones que se dieron dentro del estudio de grabación y desconoce también cuáles fueron las canciones o partes de estas que se eliminaron (Porcello, 1998).

Porcello, plantea que la estética musical que se busca en los estudios está mediada por el trabajo y dirección tanto de los músicos como de los ingenieros de sonido. Estos dos actores principales, establecen una serie de discusiones en torno a la producción de lo que se quiere lograr en cuanto a contenido y sonorización de la

música. A partir del trabajo de observación realizada en los estudios de grabación se analizan las conversaciones, detallando el tipo de lenguaje usado y las referencias que se hacen alrededor de la música y de los sonidos. Para el autor, es necesario pensar el proceso musical. Se debe dar a cabo un proceso de estudio musical antes y después de grabar las canciones para así, definir qué se queda en la grabación y qué no. En todo este proceso, el autor encuentra que las diferencias y tensiones que se dan entre los dos actores, músicos e ingenieros, producen una serie de “discrepancias de grabación” que en últimas atraviesan por completo el proceso de producción, y que, a la vez, ayudan a que el producto final este limpio y pueda reproducirse con éxito dentro de la comunidad consumidora. (Porcello, 1998).

En producción de música champeta, el primer paso es contratar al compositor de la letra quien dependiendo de su experiencia y reconocimiento en este ámbito cobra entre ciento cincuenta mil y trescientos mil pesos por canción. El siguiente paso es contratar al compositor de la melodía que dependiendo de los instrumentos que lleve ésta, tiene un costo de doscientos o doscientos cincuenta mil pesos. Las melodías son por lo general pistas que en su mayoría tienen una base de música africana y existen diferentes maneras de creación de las pistas. Como lo indica Porcello, los diferentes agentes que intervienen en el proceso de producción, atraviesan también por una etapa en la que resulta relevante reconocer cuáles son los puntos de inicio, el desarrollo (que se produce en los ensayos previos a la grabación de las canciones) y, por último, establecen el tipo de producto al que se desea llegar, es decir, qué tipo de canción se va a lanzar al mercado como resultado final.

“En la escucha y las prácticas de producción sonora, se concibe lo acústico como un campo de constitución del sentido de ser y de la sociabilidad. Este campo generalmente se denomina como lo ‘aural’, en contraposición con lo letrado o lo mediático, y comienza a ser un aspecto fundamental de la constitución de modos de sociabilidad, creación de redes de relación social y, en general, de las esferas privada y pública”. (Botero y Ochoa; 2009)



Foto “Estudio de Grabación”: *Tomada de Palenque Records*

En los procesos de grabación de una champeta cada picó tiene la capacidad y autonomía de establecer la forma que considere más pertinente para generar un exclusivo, definiendo en dicho proceso, tinente considere m la personalidad y estilo no sólo de la champeta que suena en determinado picó, sino como veremos más adelante, incidirá de manera directa en las afinidades y afiliaciones que tienen los seguidores de este género musical.

Una champeta del Solista, el Timbalero, el Bobby, o el Skorpion son diferentes entre sí, aunque como veremos a continuación, el proceso de creación, y producción, e incluso difusión puedan ser iguales o similares. Cada picó genera una serie de identidades y características de personalidad que se definen y diferencian dentro del mismo género musical, lo que se relaciona con lo mencionado por Porcello con la intertextualidad.

La primera manera de crear una pista, y la más sencilla, es tomar una pista creada de una canción africana, o bien, tomar un pedazo de una de estas pistas y ponerla a repetir durante el tiempo que dura la canción, posteriormente, se le

introducen voces y algunos efectos de percusión. Este tipo de pistas tienen un costo aproximado de cien mil pesos.

Otra opción es tomar una de estas pistas africanas, pero contratando a un guitarrista y a un bajista para que graben el sonido en vivo de estos instrumentos, para posteriormente integrarlos a la pista. El costo de este tipo de pistas es aproximadamente doscientos mil pesos.

La última forma de creación de las pistas de champeta es contratando todos los músicos como bateristas, bajistas, y guitarristas entre otros, que graban en vivo a partir de las bases musicales africanas. Este tipo de pistas, tienen el costo más alto que oscila entre los doscientos cincuenta mil a los trescientos cincuenta mil pesos.

Las formas más usuales de componer la melodía son las dos primeras por su costo y porque también hay una muy buena calidad de sonido en dichas pistas. Estos dos tipos de pistas son creadas en un software de edición de audio llamado Fruty Loops. Las personas encargadas de su creación carecen de formación musical académica, por lo que sus conocimientos musicales son esencialmente empíricos.

Una vez creada la pista se contrata a un estudio de grabación que cobra entre cincuenta mil y cien mil pesos la hora de grabación. Allí, se lleva la pista, se le hacen los últimos retoques de sonido, y se graba la voz del artista o cantante escogido para la interpretación de la canción. Así, la voz grabada se le introduce a la pista con lo cual finaliza el proceso de creación de la canción.



Foto “Cantante de Champeta”: Tomada del diario *El Universal*

Por su parte, los artistas o cantantes dependiendo de la fama que tienen cobran entre trescientos mil y setecientos mil pesos por interpretar la canción deseada, aunque en muchos casos, existen cantantes sin ningún reconocimiento que pueden llegar a interpretar las canciones sin ningún costo, por el simple hecho de buscar reconocimiento en el ámbito de la música champeta. Todo este proceso descrito anteriormente es para los cantantes o interpretes de las canciones de champeta, la mejor forma de entrar al mercado musical, dado que aunque no ganan mucho por la grabación de la canción, en el sentido de que no se están grabando discos para la venta formal, el artista gana a partir de las presentaciones en vivo que potencialmente puede realizar en las ciudades y municipios principalmente de los departamentos del Magdalena, Atlántico, y Bolívar. El artista, dependiendo de su fama puede llegar a cobrar hasta un millón de pesos por presentación, lo cual para este es más rentable que tratar de meterse al mercado musical de la forma tradicional.

En la creación de una canción de champeta es importante la función que cumple el artista o interprete, ya que no sólo se trata de la grabación de una canción sino que también, es quien a través de unas frases distribuidas a lo largo de la misma y denominadas saludos o cobas, el artista hace referencia al dueño y a los Dj's del picó para el que está grabando dicha canción. Los saludos tienen como objeto darle identidad a la canción, es decir que cuando el público la oiga sepa inmediatamente a qué picó pertenece, lo cual influye en gran parte en el éxito y popularidad de los picós.

Una vez la canción está terminada, los picós reproducen esta canción como exclusivo de ellos durante tres meses aproximadamente, sonando sólo en este picó. Si la canción llega a tener éxito y gran aceptación en el público saldrá a otros medios de distribución y difusión diferentes al picó. Lo cual no quiere decir que esta deja de sonar en los sistemas de sonido, pero pierde en cierto grado, la categoría de exclusivo, aunque socialmente se sepa que este es y fue un exclusivo de tal o cual picó.

Difusión y Distribución de la música champeta

El apartado que a continuación se presenta se va a dividir a partir de dos procesos distintos: el de difusión y el de distribución, sin embargo, los mismos en la práctica están ligados y son dependientes entre sí. La estructura que acá se desarrolla está organizada a partir del análisis que personalmente realicé para el entendimiento y orden mental del lector, sin que por ello se presuma dicha separación, por lo que tanto en difusión como en distribución se van a hacer referencias obligatorias de estos dos procesos.

Difusión de la Champeta: Las Transformaciones del Sonido en vivo de un Exclusivo y La importancia del público y DJ's en el Picó

Para hablar del proceso de difusión de la música champeta, y aunque aparezca de modo reiterativo a lo largo de este trabajo, se debe retomar el rol transversal que cumple el picó como productor y distribuidor, y para lo que acá nos atañe, particularmente como difusor. Entendiendo que el picó es el encargado de generar los exclusivos, el mismo es también, el principal difusor ya que en las verbenas/casetas es donde se genera el impacto más importante para público, pues es allí donde se define el éxito o popularidad de las canciones que van a salir al mercado. En primer lugar debemos exponer la importancia que adquieren no sólo los DJ's en el evento picotero, sino también las transformaciones de sonido que se les hacen a las canciones en vivo, y posteriormente se reproducirán (emisoras) y distribuirán (vendedores informales – piratas) a través de estos canales.

El papel de los DJ's en la difusión de la champeta es de vital importancia dado que estos son los que logran que el público acepte y acoja la canción. Cuando se estrena un exclusivo en el picó existe unos métodos para que la gente acepte, se aprenda y pida la canción. Los Dj's reproducen la canción durante quince segundos y posteriormente hacen corear al público, luego se repite la canción con quince

segundos adicionales, y en la tercera reproducción nuevamente dejan sonar otros quince segundos más, este proceso se repite toda la noche hasta finalizar la canción. Mediante dicho modelo los Dj's logran que la canción se 'pegue', haciendo que el público se aprenda y acepte la misma. Para un próximo evento picotero los seguidores de los picós tendrán ya aprendida la canción y ésta se reproducirá por un tiempo aproximado de tres meses o más, dependiendo de la acogida que haya tenido en los bailadores.

Este no es el único método en el que los Dj's logran posicionar las canciones de champeta, también existen otras etapas importantes durante el desarrollo de la fiesta que hacen que la canción llegue a ser un éxito. Así, los Dj's programadores tienen una programación específica para saber en qué momento del baile o de la fiesta llegue a sonar determinada canción.

A las canciones de champeta se les transforma el sonido en vivo con sintetizadores de piano y percusión denominados como *perreo* para darle más energía a la canción cuando esta es reproducida en una verbena picotera. Dichas transformaciones del sonido en vivo permiten que el bailarín y amante de la champeta adhiera con más facilidad las canciones que salen al 'mercado'. Para Arturo Pava, Dj animador del Skorpion y locutor del programa *Vallenato, Salsa y Champeta: la fórmula completa* de la emisora Madrigal Stereo, la relevancia que tiene este tipo de este tipo de intervenciones en vivo resultan fundamentales ya que las mismas son una parte esencial en la difusión del género musical:

“El perreo es algo que ha, que se ha vuelto como algo esencial en el mundo de las verbenas. Anteriormente el animador era el que anunciaba algo del momento, por ejemplo se perdió un niño, o el saludo de bienvenida a tal persona. Ya hoy en día no, hoy en día el perreo se ha convertido en algo adicional, porque ya la gente le gusta eso. Ha sonado tanto que ya eso es como que un agrado para el bailarín. Entonces uno se encarga de, primero el perreo de invitar a la gente a entrar. Ya llega un momento dado se suspende la animación y es cuando entra el Dj y el segundo Dj a programar música variada y poner a bailar a la gente.(...) Perreo es como un maquillaje a la canción. Eso nace desde años atrás

cuando estuvo el “Mundi”, por cierto Raymundo Barrios Barceló, tenía un llaverito, ese era un llaverito que hacía unos ruidos y entonces se los colocó a algunas canciones y sintió como que era chévere escucharle eso a las canciones, entonces eso se ha ido aumentando con el pasar del tiempo han salido varios pianistas, como son el “Loro” de Cartagena, que fue muy reconocido. Aquí en Barranquilla está el “Rata” que es el representante de todos, y está el “Capo”, hay muchos pianistas. Entonces al pasar del tiempo se han ido cambiando lo que son las referencias de los equipos. Ya anteriormente era un piano grande ahora es una batería, ahora es CK5. El CK5 es el que nunca pasa de moda. El CK5 es el que está de moda, el CK5 es el que siempre ha predominado al pasar de los años”. (Entrevista 11)

El perreo se constituye en una parte esencial de las fiestas de picó en la que se busca darle más emotividad a una canción de champeta, esto hace que la gente adquiera un gusto particular por este tipo de música en la que los Dj’s cumplen un papel central durante el desarrollo de las verbenas picoterías, gracias a que son ellos quienes se encargan de la primera difusión de un exclusivo, que posteriormente se convertirá en éxito radial. Manuel Acuña (Mañe Dj) quien es vendedor de equipos y partes para picó y Dj programador de picó explica:

“Ahora hay un sistema que le dicen perreo, se usan muchos sonidos modernos que buscan darle alegría al disco. De hecho, yo te puedo mostrar una canción cualquiera y las escuchas en su originalidad y la oyes normal, pero cuando se le meten esos efectos modernos, cuando se le añaden esos efectos modernos, la canción cambia, se siente con más alegría el disco que es lo que se está usando” (Sic). (Entrevista 16)

Las canciones de champeta duran como un exclusivo del picó entre 3 y 5 meses. Teniendo en cuenta que los picós más populares en la ciudad de Barranquilla son contratados para eventos que tienen una regularidad de tres días en cada semana, los nuevos exclusivos pueden ser reproducidos de 4 a 6 veces por evento. Dichos exclusivos empiezan a obtener protagonismo entre los bailadores quienes posteriormente la buscaremos en el mercado informal y la pedirán en las emisoras de

radio, y como tal entran a hacer parte del proceso de distribución. En el fenómeno anteriormente descrito pareciera que el público fuera acrítico y aceptara de manera incondicional las canciones impuestas por los Dj's, sin embargo, esto no sucede así. El público es quien realmente decide y juzga si la canción es buena o mala, en este sentido, una canción tiene la probabilidad de que no se convierta en éxito y no salga más allá del picó. De este modo, el público manifiesta su descontento hacia las canciones abucheándolas, no bailando o saliéndose de la verbena.

Para entender los procesos de difusión y distribución de la música champeta, las ideas de Brian Larkin resultan ser un punto de referencia obligatoria. Larkin (2004) en su texto "Degraded Images, Distorted Sounds: Nigerian Video and The Infrastructure of Piracy" explica que la intertextualidad de los sonidos Bandiri son producto o resultado de una transculturización de la música de las películas producidas en la India, que a su vez sufre un proceso de adaptación para ser convertida en música religiosa Sufi. Se habla de un espacio de circulación transnacional y cosmopolita de una serie de bienes mediáticos como lo son el cine, la música y los sonidos. El espacio juega en este sentido, un rol importante ya que la apertura de fronteras y las facilidades que brinda la tecnología, permiten que las canciones que son un éxito en el exterior, sean traídas a los espacios locales para allí ser adaptadas a las diferentes necesidades que tiene el consumidor, en este caso, los oyentes.

Para Larkin, la música de los filmes circula no sólo como sonido, sino como elementos visuales que semejan la cotidianidad. Los filmes, las novelas, etc., tratan los problemas de la cotidianidad. Para el autor, la música Bandiri se inscribe en el marco de lo local, pero es algo cosmopolita ya que el sonido "tradicional" que se escucha en este tipo de música, es un producto con raíces y elementos traídos del exterior. Aunque los Sufi aceptan "naturalmente" la música y los sonidos Bandiri, ésta es reapropiada y resignificada desde lo que se llegó a crear y a producir desde Bollywood. Esto sucede por un fenómeno particular de doble circulación que se inicia en Nigeria, desde dónde son producidos los elementos y sonidos que sirven de base para la producción y realización las canciones Bolliwoodenses, y que luego son

retomadas nuevamente por los nigerianos para convertirlas en música religiosa Sufí. Aunque se desconoce el verdadero origen de las canciones traídas desde Bolliwood, éstas son re apropiadas y resignificadas, pasándose, así como productos naturales y propios de los Sufí. (Larkin; 2004)

De forma similar a lo que sucede con la música Bandiri, la champeta que se crea, difunde y distribuye en la costa Caribe colombiana, también es atravesada por un proceso de transculturización que se puede ver de forma más evidente en la reproducción de las pistas o bases sonoras que la conforman. Desde hace varias décadas, llegan al Caribe colombiano por vía marítima, discos de música africana provenientes del Congo, Zimbabue, Nigeria y Sudáfrica (Contreras; 2003, Muñoz; 2003, Bohórquez; 1999, Aldana; 2008, Cunin; 2006, Wade; 1997) que, a su vez, fueron influenciados por el son cubano hacia la década de los 60's, (Paccini;1993) y que posteriormente y hasta la actualidad fueron retomados por los dueños de picó y productores para crear los discos de champeta.

Las músicas extranjeras, son apropiadas en el contexto local resignificándose y transformándose en nuevos y diferentes productos musicales. No sólo circula el sonido y la música, sino que también se reproducen constantemente imágenes de la panafricanidad, que puede llegar a identificar en gran medida al tipo de público consumidor de champeta (Contreras; 2003, Paccini; 1993). El consumidor de champeta hace parte activa de los procesos de difusión y distribución, si bien desconoce el origen particular de los ritmos que son necesarios para la creación de la champeta, al apropiarse y resignificar dichos ritmos, los ajusta a su realidad social, los toma como propios y los naturaliza dentro de su cotidianidad. Bajo estos parámetros, el audio-escucha y consumidor frecuente de champeta, exige innovaciones en las canciones, presiona para que el producto sonoro salga del picó para poder consumirlo fuera de éste, dicha presión se hace a través de los canales de comunicación que tiene a su disposición, los cuales, son ciertos programas radiales y el contacto directo que tiene con los vendedores informales/piratas de música.

Distribución de la champeta: el picó, los distribuidores informales y las emisoras

La forma en que llega la champeta a los medios masivos de distribución y difusión comienza cuando los seguidores de picós empiezan a pedir la canción exclusiva a las emisoras y a tratar de conseguirla en los mercados informales de música ubicados en el centro de la ciudad. Pasado el tiempo de la canción como exclusivo, las emisoras y los distribuidores informales contactan a los dueños de los picós para pedirles de manera insistente la canción.



Foto “Emisora Madrigal Stero”: Tomada por Rafael De la Ossa

En Barranquilla existen tres emisoras que reproducen música champeta y reproducen también los éxitos más importantes de cada picó, estas son: Madrigal Estéreo, Rumba Estéreo y Olímpica Estéreo. En Rumba Estéreo el programa se llama “Arriba Caribeño” y se escucha en el horario de lunes a sábado de 2 de la tarde a 4 de la tarde. En Olímpica Estéreo la champeta producida por los picós suena los sábados

en la programación musical de Jeminson Ochoa en el horario de 2 de la tarde a 4 de la tarde y los sábados de 10 de la mañana a 12 del medio día. Si bien las tres son consultadas y oídas por todos los champeteros, es la emisora Madrigal Estéreo la que tiene una relevancia especial ya que esta cuenta con un programa especializado para los picós, su música, exclusivos y eventos en los que participarán. Este programa se llama “Salsa Socca” y se desarrolla los días sábados de 7 de la mañana hasta las doce del medio día. Allí van los dueños de los picós más importantes de la ciudad con sus respectivos Dj’s para invitar a los bailadores a que asistan a sus presentaciones y programen sus canciones favoritas.

Las emisoras también juegan un papel muy importante en el ámbito de la champeta ya que los artistas, cantantes de esta música encuentran en ellas un espacio para su lanzamiento al mundo comercial. Muchos de los artistas que interpretan las canciones de champeta no le cobran por sus servicios al dueño del picó en el cual se va a reproducir el exclusivo, esto sucede porque es más rentable y benéfico para el propio artista obtener ganancias en presentaciones con los picó, y empezar a ser reconocido y escuchado por todos si la canción grabada se convierte en éxito radial.

El dueño del picó regala la canción a las emisoras y a los distribuidores informales llegando ésta al mercado musical de la ciudad. “Es así como escuchar es una forma de circulación claramente virtuosa y es una práctica creativa. Escuchar no es el último eslabón de una cadena de transmisión de música, sino que es el eje de la innovación musical. La escucha por sí misma, está en el corazón de la producción creativa, tanto en el sonido musical como en el significado social.” (Botero y Ochoa; 2009). La asistencia del público a los eventos de picó es de vital importancia dado que la escucha es también una forma de circulación en la que el público champetúo presiona a los medios masivos de distribución como la radio y el mercado informal para poder consumir las canciones de champeta en otros espacios diferentes al picó.

Creación de Volúmenes como primera forma de distribución

A diferencia del mercado musical tradicional en el que participan géneros distintos a la champeta, la forma de creación tradicional de una canción supone que el objetivo es lanzar al mercado un disco de determinado artista que contenga todas sus canciones. En el escenario de la champeta, las canciones no se crean con el objetivo de lanzar un disco que contenga varias canciones de un único artista como suele hacerse en el mercado tradicional y formal, y aunque en algún momento se logre, no será de un sólo artista, sino de varios y será lanzado al mercado por un productor independiente. Él mismo, no grabará más de 100 copias y no lo insertará en las grandes disco tiendas, por lo que su circulación depende del mercado informal.

“El volumen es una forma de promocionar el picó, es una grabación como si estuvieran en vivo, como si estuvieran haciéndola allá en un baile, a veces esta grabación se hace en el mismo baile, ellos me contratan, me dicen: ‘necesitamos grabar el volumen en tal evento’. Yo me traslado con mi portátil y una tarjeta de sonido a la mano, una tarjetica y mi portátil, lo cableo a la consola de ellos y ya, y le grabo. Otras veces lo hago en el estudio, como si estuvieran tocando en vivo, acá en el estudio le hago algunas correcciones, algunas cositas. Pero lo que se va hacer hoy es eso y ellos se equivocan y todo eso se vale porque parece más real, como si estuvieran en una fiesta.” (Sic) (Entrevista 22)

Al respecto, Viviano Torres cantante de champeta complementa:

“Los volumen es se arman en estudios de producción independientes. Aquí ellos te arman el CD los picós arman un volumen con todos los discos que tengan. Un volumen es donde ellos hablan (los dj’s), los discos están sonando y ellos están hablando, saludando y diciendo: este es el mejor disco el picó tal o tal, ahí van hablando. Cuando lo tienen listo, el disco sale, no lo dejan limpio para que no lo ponga otro picó. Entonces el disco se pega bastante cuando sale el volumen. Yo permito que me lo saquen en volumen, no lo pueden sacar es limpio, porque en volumen lo popularizan más y en volumen ya le dan la fuerza al picó, dicen este picó en chévere y la gente dice: yo voy a bailar con este picó para oír ese disco bien”. (Entrevista 31)

La mayoría de estas canciones se registran en Sayco y Acinpro y las ganancias se distribuyen entre el intérprete, el compositor de la letra, y el productor, en este caso, los picós. Con todos los exclusivos que pertenecen a un determinado picó, pueden llegar a grabarse o compilarse en un disco llamados volúmenes que entran solamente al mercado informal. Estos volúmenes suelen imitar una fiesta picotera en vivo lo cual hace que las canciones vengan acompañadas del *perreo* animaciones, saludos, placas, y demás efectos que componen el espíritu de la verbena. Los picós son los creadores de estos discos, que a su vez se regalan en la entrada de un evento de un picó determinado o se consiguen en el mercado informal de música.

Muchas veces, estos volúmenes suelen ser reformados por los distribuidores informales con lo cual suelen mezclar canciones que fueron exclusivos de diferentes picós, llegando a tener un valor simbólico alto para el consumidor final, dado que pueden compararse los *perreos*, las animaciones y demás características de las verbenas picoteras entre los distintos exclusivos del mercado picotero. Dichos volúmenes tienen un costo aproximado en el mercado de dos mil pesos. Tal y como se había mencionado anteriormente, la exclusividad que tiene un disco suele detentar este calificativo únicamente por un periodo de tiempo determinado. Si bien, en un principio sólo se puede acceder a ella en el picó que la produjo y en los eventos donde este actúa, luego de un lapso no mayor a seis meses, la canción éxito o exclusivo puede tomar dos caminos diferentes y ambos dependen del público.

“Una canción es exclusivo hasta cuando yo quiera que sea exclusivo, pero mientras lleva un proceso de pegar la canción, llevárselo a oídos de los seguidores hasta que lo tatateen, se lo aprendan y todo, y empieza el disco a rodar en la gente, el disco del Solista, el disco del Solista, empieza la gente, entonces llega a oídos los directores de estaciones de radio, por ejemplo como Olímpica, no demoran ni en llamarme, Armandito el disco que tienes por ahí sonando lo necesito pa’ subirlo, porque los seguidores, como ellos tienen cantidad de seguidores, ellos llaman a la emisora: colócate el disco del solista ahí, porque ellos creen que ya tienen el disco, entonces de tanta insistidera, de tanta llamadera, entonces las emisoras dicen: oye, están pidiendo mucho el disco ese, traémelo” (Entrevista 10)

Por un lado, los bailadores y aficionados a la champeta pueden empezar a pedirla a los distribuidores de música pirata que se ubican en el centro de la ciudad. Estos generalmente arman y venden cd's donde compilan los éxitos de tal o cual picó y por lo general tienen una relación estrecha con los dueños de los picós, quienes finalmente determinan si quieren o no que la canción salga de su exclusividad y sea comercializada en el mercado informal. Puede suceder también que los seguidores del picó y aquellos a quienes les haya gustado la canción, empiecen a pedirla en las emisoras radiales. Estas por su parte, tienen varios espacios en los que las temáticas y música giran alrededor de los varios estilos de champeta: clásica, africana, criolla y 'hits' del momento. Este es el caso de Madrigal estéreo con "Salsa Socca", y "Vallenato, Salsa y Champeta, la fórmula completa".

Distribución: formas alternativas de llegar al público.

El mercado informal es uno de los medios a través de los cuales se comercializan los exclusivos de música champeta producidos por los picós. Existen dos formas en las que una canción de champeta puede llegar al mercado informal. La primera es la más sencilla y es cuando un exclusivo pierde su importancia en la verbena picotera. En ese punto, los dueños de picós regalan a los distribuidores informales las canciones que el público les pide. Así, los distribuidores informales compilan las canciones de uno o varios artistas en un solo cd de mp3 al que ya pueden tener acceso los consumidores de música champeta. El costo de un cd, está alrededor de unos dos mil pesos en el mercado informal.

Para Larkin, la piratería se convierte en el medio de entrada para los bienes culturales que son traídos de lugares externos al entorno de lo local. Para explicar cómo se desarrolla el mercado de la piratería Larkin expone una serie de características que se precisan para la distribución y difusión de la música, estos son los nodos de circulación los cuales son entendidos como espacios de afluencia cotidiana que son visitados y en los cuales se llevan a cabo actividades, ya sea la

venta, el truke, o la producción de la música, es decir, se establecen a partir de una red conformada por varios espacios a la vez. (Larkin; 2004) Para este caso, el nodo se ubica en el centro de la ciudad de Barranquilla en donde además de comercializarse los discos y volúmenes de champeta, también se encuentran ubicados los negocios comerciales que distribuyen partes y tecnología necesaria para el mantenimiento de los picó. De igual modo, el autor afirma que la apropiación de una mercancía, en este caso, la apropiación de un sonido o de un bien cultural tiene distintas intensidades de acuerdo a la legalidad y formalidad con que se realizan. (Larkin; 2004) En la distribución de los productos sonoros estudiados se presenta un complejo modo de circulación en donde coexiste la piratería con la legalidad y la formalidad.

Esto lo podemos ver reflejado en el segundo caso de la distribución de música champeta, cuando los dueños de picós regalan a emisoras y distribuidores informales las canciones limpias, es decir sin cambios, transformaciones ni arreglos de sonido. En este caso, los mismos distribuidores informales los modifican generando efectos de perreo y sintetizadores. En el tercer caso, los dueños de picós contratan un estudio de grabación para producir los discos que antes denominábamos como volúmenes, y que tienen como objetivo simular una verbena en vivo en donde se graban todas las canciones que han sido exclusivos de un determinado picó con los efectos de sonido de la batería y del piano junto con las voces de los Dj's animadores y con las placas y demás reproducciones sonoras y estéticas que se hacen en el picó. Este último es considerado mucho más profesional y completo, pero como tal no incide en el valor comercial del producto, sino que genera un estatus y reconocimiento simbólico para el picó que lo produce. Es así como en muchos de los eventos por la compra de la boleta de entrada se les regala a los asistentes algunos de estos volúmenes. Por este medio es que muchas veces los distribuidores informales también tienen acceso a las canciones de champeta.

“La música que venden los comerciantes en el mercado negro que son los famosos piratas, quieren la música del Rey para sacarla al mercado porque le da resultado, ya que un disco del Rey es muy solicitado y los muchachos que venden la música en el mercado ellos se encargan de conseguir los discos así sea empatao, lo graban en el

celular y lo sacan porque un disco del Rey le da plata. Emisoras como Olímpica, como Rumba Stereo, como Tropicana... (...) O sea antes que nosotros se le vayamos a llevar ya ellos lo están solicitando pero a veces, son exclusivos que los tenemos en el picó y ellos los piden, nosotros probamos si el disco ya tiene su tiempo de salir al mercado, después que sale al mercado se lo damos a la emisora y sacamos volúmenes que después los venden los piratas.” (Entrevista 29)

Aunque a veces estos discos denominados volúmenes pueden venderse en el mercado informal tal y como se distribuyeron en la verbena, esta no suele ser la generalidad. En la mayoría de los casos, los distribuidores informales toman 3 o 4 canciones de este disco que contienen 30 canciones y juntan nuevos discos compilando otras canciones de artistas o picós diferentes. Así, la persona que tenga acceso al disco y lo compre, pueda comparar el *perreo* y los efectos de sonido que se dan entre los distintos picós.

“Yo fui el que le metí el perreo a la canción del ‘Ñato Mama Ron’, cuando no estoy aquí en la emisora yo hago ese tipo de mezclas, me gusta juntar varias canciones en un disco y yo hago ese tipo de mezclaz. Ya después las vendo allá en el centro, también cojo varios volúmenes de los picós en las que selecciono canciones para que la gente que le gusten los perreos comparen esos perreos con los de otros picós, a la gente le gusta eso, allá en el centro, allá mismo, los vendemos con amigos con conocidos” (Entrevista 24)

Por último y a manera de conclusión, podemos ver que la champeta adquiere estas formas de circulación dado que ha sido excluida del mercado formal, tanto nacional como internacional; primero, porque las élites locales asociaban a la champeta con la violencia dado su origen popular en barrios con altos índices de criminalidad, y segundo, porque cuando la champeta logró establecerse en el mercado nacional generando rentabilidad económica a las grandes disqueras, sucedió en el marco de un boom comercial y de moda, que una vez finalizado, cerró las puertas a este género musical en el país. Dichas disqueras no lograron tampoco vincular la champeta al

mercado internacional debido a que el público o consumidores de música de otros lugares, veían a la champeta como una simple apropiación caribeña de ritmos como el highlife nigeriano, el soukous congoleño, o el soca antillano insertos todos, en lo que se denominó en los mercados globales como la World Music o el World Beat. (Aldana; 2008)

Actualmente la esfera política tiene gran incidencia en este hecho, ya que a través de decretos y normas, se empiezan a estigmatizar y a señalar sectores y participantes de la fiesta picotera como peligrosos y relacionados con un alto riesgo para la población. La champeta busca formas autóctonas o propias de circulación que sortea el panorama de lo legal y lo ilegal, de lo formal y lo informal, generando de este modo, una gran producción musical que permite hacerse espacio en el mercado musical del Caribe colombiano.

CONCLUSIONES

A la cultura del picó, entendida como la máxima representación de la música champeta, se le puede analizar desde distintos puntos de vista. Bien desde su organización, desde las redes y relaciones sociales que allí se desarrollan, desde un punto de vista histórico, o bien, desde el significado e interés que genera para un sector de la población costera del Caribe. La reproducción de este tipo de música, gracias a los procesos de globalización y a los adelantos tecnológicos, ha provocado la expansión de éste género musical de sus fronteras locales y regionales, a espacios más abiertos e internacionales. Aunque esta ‘exposición musical’ ha contagiado a bailarores fuera de las fronteras del Caribe colombiano, la aceptación y legitimación de la champeta, y por supuesto, de su forma de reproducción en el picó como

epicentro de su creación y producción, devela estrechas relaciones y tensiones que generan un modelo único y particular de circulación musical.

El Picó originado como un sistema de sonido familiar, es en la actualidad un fenómeno musical socio-cultural que viene evolucionando desde la década de los 60's. Este ha sido un cohesionador social de las clases populares de Barranquilla y Cartagena donde se enlazan ideas de identidad y orgullo muy arraigadas a los sectores sociales más deprimidos de la costa Caribe colombiana. Dicha identidad se fundamenta en el desarrollo de la fiesta popular o 'verbena' como una actividad propia de la región, en donde el picó se convierte en eje de circulación de la champeta buscando representar una cultura urbana legítima de la costa atlántica. El picó es visto y usado como un medio de creación, difusión y distribución de la champeta que como producto sonoro intenta encarnar el 'sentir' de grupos sociales históricamente marginados y oprimidos.

La champeta, al ser producida y escuchada en estos sectores de la población se percibe como moral y estéticamente incorrecta, ya que se presume que tanto productores como audiencias no cuentan con el capital escolar y económico para producir elementos culturales capaces de representar una identidad regional ni nacional. Sus bailes son vistos como sexualmente vulgares, y su música como imperfecta. Es así como se generan y consolidan las bases de una estigmatización hacia este género musical, enfocando las tensiones y conflictos en dos direcciones principalmente: la música champeta y los champetúos que la promulgan.

Dicha estigmatización si bien es reconocida y amplificada en todas las clases sociales, suele estar legitimada por las autoridades políticas, y son las élites políticas y económicas quienes a partir de distintas vías determinan y perpetúan la marginalización de la champeta. Encontramos cuatro puntos principales desde donde se ejerce control y restricción sobre este género musical:

En primer lugar, encontramos la prohibición y restricción de espacios para la realización de eventos picoterios, ello a través de decretos y políticas transitorias que para el caso particular de la ciudad de Barranquilla, definieron una lista de barrios y sectores en los cuales no pueden desarrollarse eventos o verbenas, cuyo principal

producto sonoro sea la reproducción de música champeta. La estigmatización se hace evidente, ya que los barrios restringidos son aquellos en donde se concentra la mayor cantidad de seguidores de este género musical. Las autoridades públicas afirman al respecto, que en estos sectores no se puede garantizar la seguridad de los asistentes debido a problemáticas sociales tales como el consumo de estupefacientes, el pandillaje y presencia de grupos al margen de la ley, y en estos escenarios, la fuerza pública de la ciudad no cuenta con los medios y recursos necesarios para controlar los problemas que allí se puedan presentar.

En segundo lugar, se encuentran las trabas legales y burocráticas para la realización de eventos. Teniendo en cuenta que las ‘verbenas’ o fiestas picoterías no son un producto desarrollado en los últimos años, sino que tienen toda una historia y trascendencia que las precede, a través de las últimas décadas se han venido incrementando el número de requisitos necesarios para poder gestionar la logística de estos eventos. Recientemente se han venido creando distintos comités y juntas, integrados por miembros de la fuerza pública, a saber; policía, bomberos, defensa civil, representantes del concejo de la ciudad, entre otros, quienes revisan y aprueban el desarrollo de estos eventos. De igual manera, por ejemplo, solicitan el pago de pólizas aseguradoras en caso que existan daños por vandalismo o riñas en vías aledañas al lugar donde se realiza el evento.

Adicional a esto, hoy por hoy se solicita al organizador del evento que recoja un número determinado de firmas de habitantes del sector en donde se va a desarrollar la fiesta en el que se demuestre la conformidad y aceptación de la realización de dicha verbena. Tal y como se mencionaba en una entrevista realizada, a penas un 20 o 25% de los permisos solicitados semanalmente son aprobados, y este número disminuye drásticamente cuando hay temporada alta de turismo o hay actividades organizadas por la ciudad tales como Carnaval de Barranquilla y otras fiestas patronales.

En tercer lugar, el uso de medios de comunicación para denunciar problemáticas sociales adjudicadas a la escucha de música champeta, es otra de las maneras desde donde se estigmatiza este género musical. En la región de la Costa

Atlántica es frecuente encontrar que a través de los distintos medios de comunicación, principalmente a través de emisoras, canales de tv y periódicos locales se destaquen distintos ‘especiales’ en los cuales se expone a la champeta como generadora de problemáticas sociales asociadas a la inseguridad y a la violencia, pero de manera especial acuñando a este género musical la responsabilidad, de por ejemplo, las altas tasas de embarazo en la población adolescente. Los cuestionamientos y réplicas al respecto son muy pocos o bien, no son escuchados, ya que en el imaginario popular se ha consolidado la idea de que el baile en sí mismo expone una corporalidad vulgar que denota un carácter sexual (Bohóquez; 1999 y Contreras; 2008).

En último lugar, se encuentran las limitaciones en la reproducción de la champeta en eventos picoterios, esto teniendo en cuenta que las anteriores connotaciones representan, ante los ojos de las autoridades locales, a este género musical como un detonante de manifestaciones violentas y peligrosas. Los dueños de picó y organizadores de eventos picoterios han debido establecer un protocolo que limita la reproducción de la champeta durante el baile. El compromiso al que se ha llegado es que la fiesta no puede reproducir exclusivamente música champeta sino que esta debe ser alternada con géneros como salsa, vallenato y reggeton, ello para controlar el ánimo de los asistentes y evitar brotes de euforia y descontrol.

Pese a las restricciones propuestas y desarrolladas desde las altas esferas socioeconómicas, se presentan también una serie de mecanismos que buscan reivindicar la champeta y exaltarla como género musical representante de una cultura urbana legítima de la costa Caribe que busca integrarse como expresión artística dentro del folklor nacional.

La primera de estas reivindicaciones hace referencia a la creación de letras de canciones que exaltan los valores propios de la cultura picotera. Vemos entonces que con el transcurrir del tiempo, las letras y nombres de las canciones han tenido una evolución en la que se puede contemplar cómo las experiencias de vida en un marco de graves problemáticas sociales han tratado de volcar su imagen hacia una resolución de conflictos por vías enmarcadas en el dialogo y el perdón, dejando de lado aquellas canciones y letras en las que se apelaba a la venganza y la rendición de

cuentas por mano propia. La segunda forma de reivindicación expone una forma alternativa de lenguaje que también busca el desarraigo de las estigmatizaciones hacia este género musical. Distintos agentes que participan en los diferentes procesos de creación, empiezan a otorgar connotaciones positivas a conceptos que tradicionalmente significaron violencia y peligro. Uno de los más claros ejemplos que se puede ver al respecto, es el cambio de nombre con el que se refieren al evento picotero; al cambiar el nombre de ‘verbena’ a ‘fiesta’ se busca darle tanto al baile como al bailaror la connotación de formalidad de la que ha carecido, ello a través de un entretenimiento musical que desde las variaciones que experimenta con el lenguaje, intenta borrar los estigmas que se le han impuesto.

Tanto el cambio de lenguaje como los ajustes hechos a las letras de las canciones responden a un proceso de legitimación que apunta a consolidar a la champeta como producto sonoro representativo e integrado a la ‘identidad caribeña’. Desde distintas perspectivas y posturas, artistas, dueños de picós, e incluso bailarores, rescatan elementos propios del baile, y los distintos ritmos que componen el género para potencializar la idea, ya reconocida y no estigmatizada, de una identidad caribeña en donde se rescata lo negro, lo tropical y lo popular.

En último lugar, y no por ello menos importante, la búsqueda y realización de eventos en espacios alternativos resulta ser la manera más relevante que encuentra la champeta para eludir los fuertes controles que imponen las autoridades locales. Actualmente, es posible que el picó y la fiesta picotera continúen vigentes gracias a los esfuerzos que han logrado dueños de picó y organizadores de eventos al encontrar nuevos espacios en estaderos, discotecas y pequeños conciertos desarrollados en municipios aledaños a Barranquilla y Cartagena que hacen posible una continua interacción entre el producto sonoro y el público seguidor. Este es tal vez el eslabón que permite la permanencia y renovación de la champeta en la región caribe.

Podemos concluir que los discursos que emanan de las clases dominantes acerca de lo que es bueno-malo, educado-indeciente- armonioso- estridente- de buen gusto e inculto, han empezado a penetrar profundamente en los círculos de la champeta viéndose reflejado en el interés por adquirir conocimientos profesionales y

especializados a partir de una ‘estilización’ musical que permita vincular a la champeta como una expresión identitaria que representa valores y costumbres no sólo de un grupo social en particular, sino dentro de un marco más general del folclor caribeño en la construcción de identidad nacional.

“Araceli Morales, convertida en Ministra de Cultura (marzo de 2001 – agosto de 2002), presidió a la organización de un acontecimiento en Bogotá, en el teatro Jorge Eliécer Gaitán. “La champeta despelucó a Bogotá”, podía oírse entonces. De hecho esta “toma” de Bogotá se pensaba como una revancha de la periferia sobre el centro, del dominado sobre el dominante, del “negro” sobre el “blanco”. (...) Jimmy, animador estrella de Rumba Estéreo, una de las emisoras de la ciudad, no se dejó engañar: “Sony transformó la música de Cartagena introduciendo nuevos instrumentos, como los tambores, para parecerse a algo folclórico, disminuyendo el break, el boom, boom, boom. Se volvió más estilizada, pero no es lo que gusta al aficionado de champeta”. De hecho, el ciclo de producción (tres CDs en dos años mientras que un nuevo CD sale cada mes en Cartagena), la “estelarización” de los cantantes (comercialización y marketing, un CD entero consagrado a un solo artista, El Sayayín, cuando el turn-overes extremadamente fuerte en Cartagena y los álbumes, generalmente, son compilaciones) dan cuenta de este desfase entre gustos nacionales y locales” (Cunin; 2006: 183 – 184).

La champeta al ceder en estos aspectos y cambiando un poco su estética ha logrado una aceptación nominal por parte de algunos sectores políticos, en los cuales, se han empezado a abrir espacios diferentes a los del picó para su difusión y reproducción. Allí, empiezan a reconocerse estas músicas y prácticas champetúas como parte de las ciudades caribeñas mostrando ese ideario de ciudades cosmopolitas y multiculturales donde se reconoce la diferencia; diferencia que ayuda a construir un imaginario de identidad regional y nacional.

Muestras evidentes de este reconocimiento se pueden ver en el actual festival de la champeta celebrado en Cartagena, y el Carnaval de Barranquilla en donde se ha posicionado algunas canciones de champeta como canciones oficiales del Carnaval.

Grossberg en un análisis sobre el rock and roll mirando sus raíces históricas desde lo negro, y posteriormente apropiada por los blancos anota que: “El hecho que la producción y recepción del rock and roll por parte de la juventud blanca, lo involucra en una transformación real de sus raíces musicales” (Grossberg, 1984: 231). Tal como sucede en el caso del rock and roll, la champeta ha sido en parte desarraigada, re situada y estilizada por la élite blanca de la costa Caribe.

La champeta para llegar a ser reconocida oficialmente como una música popular legítima y patrimonializable de Colombia tiene que atravesar por unos procesos de ‘blanqueamiento’ y estilización occidentales como sucedió con géneros como el vallenato, la cumbia y el porro, entre otras músicas populares de origen campesino o negro. Finalmente, podemos concluir como lo sugiere Bourdieu, que el gusto en este caso de la música popular, es un factor que es jerarquizado y jerarquizante en donde se establecen los parámetros que regulan la inserción o deserción de las producciones culturales.

La producción y circulación de la champeta ha desarrollado unas formas alternativas que se apartan de las formas de circulación del mercado musical tradicional, en donde la tecnológica y estética del picó adquieren una alta relevancia a la hora de entender la popularidad y vigencia de este género musical.

La tecnología por su parte, es uno de los componentes fundamentales sobre el cual se establece el éxito de un picó ya que no se trata únicamente de ofrecer al bailaror un sonido de alta calidad, logrado a través de equipos modernos, sino que se presume una necesidad de innovación integrando por ejemplo, luces e imágenes que acompañan al sonido. La adición de pantallas plasmas que proyectan figuras y destacan el ambiente en vivo que se está desarrollando en el evento, conectan de manera profunda al bailaror, que independiente de su posición en el lugar, puede ver los pasos más destacados y la manera en la que se vive la fiesta por parte de otros asistentes.

El segundo elemento, en el que también se soporta la fama y reconocimiento de un picó es la estética, ya que se entiende que el picó no es sólo como suena sino también como se ve. Cada picó debe definir cuáles son los colores, imágenes y

símbolos que lo identifican y a partir de ello, desarrollan un modelo artístico que se encuentra presente no sólo en cada uno de los aparatos de sonido sino también en toda la comunicación publicitaria que el mismo promueve. “La maestría de la tecnología también representa el control de bienes prestigiosos y la personalización de estos bienes para reflejar el prestigio del dueño, una estética de exclusividad y personalización”. (Birenbaum, 2008; 2004)

A partir de la conjugación de estos dos elementos, tecnología y estética, cada picó proyecta la identidad y valores por los que buscan ser definidos: los elegantes, los valientes y aguerridos, los luchadores, los poderosos, los que vienen de abajo... todas estas caracterizaciones son, en términos generales, atributos de personalidad a partir de los cuales se busca generar afiliaciones entre los bailadores. Así, la verbena picotera se consituye como paisaje sonoro, entendido como todo aquello que rodea y emerge de las prácticas de escucha (Schafer; 1994, Samuels, Porcello, et al; 2004, Deery; 2015), que sitúa al bailaror y consumidor de champeta en una relación particular de consumo musical que dista en gran medida de las demás prácticas de escucha de otros géneros musicales.

Los seguidores de cada picó, encuentran en la tecnología y la estética elementos comparables y diferenciales con la de otros sistemas de sonido, es por ello, que de manera permanente asisten a los llamados ‘duelos de picó’ en donde se ponen a prueba las innovaciones tecnológicas y estéticas, pero también el componente humano, es decir las habilidades que tienen los Dj’s para ofrecer el mejor espectáculo de baile, música y animación de la verbena.

Como lo hemos visto a lo largo del presente trabajo el éxito de un picó, y consecuentemente de la champeta, no depende únicamente de la actualización tecnológica y estética de dichos sistemas de sonido, sino que se ve atravesada por la popularidad y destreza con las que cuentan los DJ’s de cada picó en particular.

La fama con la que cuenta cada uno de los DJ’s, es de vital importancia para la acogida que llegue a tener un picó determinado, ya que bajo este parámetro los seguidores de cada uno de éstos sistemas de sonido pueden comparar las destrezas y ‘hazañas’ que realizan cada uno de estos actores en la puesta de escena de una

verbena. El público consumidor de champeta, puede llegar a sentir afiliación o rechazo hacia un picó en la que va depende mucho de la destreza para programar la música, la empatía genera en el público la animación de la verbena, y por supuesto con la intervención del sonido en vivo denominado *perreo* dentro del argot popular de la fiesta picotera. Es tal la importancia de los DJ, que incluso el éxito y la acogida de un exclusivo de champeta dependerá en gran medida de las ya mencionadas fama y destreza de cada uno de ellos, debido a que éstos son quienes intervienen en la primera forma de difusión de la música champeta.

La estigmatización de la cual ha sido objeto la champeta desde sus inicios a hasta hoy, ha desencadenado una serie de eventos por los cuales los actores inmersos en este fenómeno cultural y musical, han encontrado distintas formas para la producción y la realización de eventos de este género musical, encontrando caminos alternativos a las trabas legales y sociales impuestas por los grupos hegemónicos de la costa caribe. Bajo las estructuras de poder planteadas por la élite caribeña, e incluso nacional, la champeta ha sido relegada y marginada del mercado musical formal e incluso como un producto cultural legítimo.

Así pues, la champeta encuentra en el mercado informal/ilegal el camino por el cual define su futuro. Dicho género musical tiene entonces unas formas alternativas de circulación musical que responden a la estigmatización y marginalización del producto sonoro, presentando formas de producción, difusión y distribución apartadas del mercado tradicional, en donde el picó se destaca como epicentro en cada uno de estos procesos. Parte de esa carga simbólica negativa tiene que ver con la misma creación de canciones de champeta, en la que se señala la informalidad y falta de profesionalización desde donde se cataloga y etiqueta a la champeta como carente de gusto, afinidad musical y originalidad. Sin embargo, el empoderamiento sobre este fenómeno cultural ejercido por sus diferentes actores, ha logrado que la champeta tenga una fuerza suficiente para que mantenga su arraigo y permanezca como un fenómeno cultural y musical propio de las clases populares de la costa caribe colombiana; en el que podemos introducir el concepto de agencia, en el que “ser agente significa ser capaz de ejercer algún grado de control sobre las relaciones

sociales en las cuales se está inmerso, lo que implica la habilidad de transformar dichas relaciones sociales en algún grado. Los agentes son empoderados para actuar a favor o en contra de otros por el control de la estructura social: ellos tienen el conocimiento de los esquemas que componen la vida social y tienen el acceso en cierta medida a recursos sociales y materiales. La agencia emana del conocimiento que tienen los actores sobre los esquemas, lo cual conlleva a la habilidad de aplicar dicho conocimientos a nuevos contextos” (Sewell; 1992: 20) En este sentido, la champeta ha logrado trastocar incluso la estructuras de poder, en la que dichas estructuras han reconocido de manera nominal la inserción de este género de música dentro de diferentes espacios, ya sea durante festivales o fiestas nacionales, como también dentro del panorama musical nacional.

Anexos

ANEXO 001: ÍNDICE DE ENTREVISTAS

Entrevista 01 Personal de Emisora
Entrevista 02 Distribuidor de Música
Entrevista 03 Dj de Picó
Entrevista 04 Bloggero y seguidor fiel
Entrevista 05 Dj de Picó
Entrevista 06 Personal de Emisora
Entrevista 07 Funcionario Secretaría de Gobierno
Entrevista 08 Cantante de Champeta
Entrevista 09 Personal de Emisora y Dueño de Picó
Entrevista 10 Dueño de Picó
Entrevista 11 Dj de Picó
Entrevista 12 Asistente asiduo a verbenas
Entrevista 13 Cantante de Champeta (Realizada por María Alejandra Sanz Giraldo y Rafael Francisco De la Ossa Archila en Cartagena, Colombia)
Entrevista 14 Personal Emisora (Realizada por Jorge Giraldo y Rafael De la Ossa en Barranquilla, Colombia)

Entrevista 15 Cantante de Champeta
 Entrevista 16 Dj de Picó
 Entrevista 17 Dueño de Picó
 Entrevista 18 Autoridad municipal (Representante DAMAB)
 Entrevista 19 Personal estudio de grabación
 Entrevista 20 Dueño de Picó
 Entrevista 21 Cantante de Champeta
 Entrevista 22 Productor de Música Champeta (Realizada por María Alejandra Sanz Giraldo en Cartagena, Colombia)
 Entrevista 23 Dueño de Picó
 Entrevista 24 Personal Emisora
 Entrevista 25 Organizador de Eventos
 Entrevista 26 Distribuidor de Música Champeta
 Entrevista 27 Dj de Picó
 Entrevista 28 Seguidor Fiel de Picó
 Entrevista 29 Dueño de Picó
 Entrevista 30 Organizador de eventos
 Entrevista 31 Cantante de Champeta (Realizada por María Alejandra Sanz Giraldo en Cartagena, Colombia)

ANEXO 002: ÍNDICE DE FOTOS

Foto 01 Picó Mini Junior (Tomada del Heraldó)
 Foto 02 Diseños y pinturas del picó (Tomada del Heraldó)
 Foto 03 Picó El Gran Fidel años 80's (Tomada de Acbia.wordpress.com)
 Foto 04 "El Skorpion" (Tomada de Fukafra.blogspot.com)
 Foto 05 Baile de champeta (Tomada del diario El Universal)
 Foto 06 Concierto de Champeta (Tomado de Reddebibliotecas.org.co)
 Foto 07 Ubicación geográfica de la escena picotera en Barranquilla (Tomada de Oficina de Participación ciudadana de Barranquilla)
 Foto 08 Picós años 70's y 80's (Foto Rafael De la Ossa)
 Foto 09 Picó Mini Junior (Foto Rafael De la Ossa)
 Foto 10 Picó El Solista (Tomada de Champetaafricana.wixs.com.co)
 Foto 11 Súper Picó Rey de Rocha (Tomada del Diario El Universal)
 Foto 12 "El Skorpion" (Tomada de Elpikotero88)
 Foto 13 Dj del Skorpion (Tomada del Diario el Universal)
 Foto 14 Verbena (Tomada de vice.com)
 Foto 15 Verbena picotera en estadero cerrado (Tomada del diario El Tiempo)

Foto 16 Dj de Champeta (Tomada de Palenque Records)
Foto 17 Estudio de grabación (Tomada de Palenque Records)
Foto 18 Cantante de Champeta (Tomada del diario El Universal)

Bibliografía

- Aldana, Ligia. "Policing culture: the champeta movement under the new Colombian Constitution". En *International Journal of Cultural Policy*. Vol. 14, No 3. Agosto de 2003. (265-280)
- Arcieri, Vicente. "Polémica por nuevo 'pase plebe' para bailar la champeta en Cartagena". En *El Heraldó*. Disponible en <http://www.elheraldo.co/bolivar/polemica-por-nuevo-pase-plebe-para-bailar-la-champeta-en-cartagena-199547> visitado el 14 de junio de 2016.
- Bauman, Richard. "Verbal art as a performance" En *American Anthropologist*, New series. Vol. 77, No 2. Junio de 1975. (290-311)
- Bennet, Tony. "Putting policy into cultural studies" En "*Cultural Studies*", Editado por: Lawrence Grossberg, Cary Nelson Y Paula Treichler, 1992 (pg.23-34)
- Bourdieu, Pierre. "El campo científico," en Los usos sociales de la Ciencia, Ediciones Nueva Visión, Buenos Aires, 2000.
- Bourdieu, Pierre. "La razón del derecho: entre habitus y campo". En *Poder, Derecho y clases sociales*.: Editorial Desclée de Brouwer. Bilbao, 2000.

- Bourdieu, Pierre. "Campo Intelectual y Proyecto Creador" En "*Campo del Poder, Campo Intelectual*". Editorial Montessor. Madrid, 2002.
- Bourdieu, Pierre y Loïc J. D. Wacquant. "Respuestas por una antropología reflexiva". Traducido por Helene Levesque Dion. México D.F.: Grijalbo, 1995.
- Bourdieu, Pierre. "El sentido de lo práctico". Buenos Aires: Siglo XXI, 2008
- Bourdieu, Pierre. "La Distinción: Criterios y Bases Sociales del Gusto". Ediciones Santillana. Bogotá, 1988
- Birenbaum Quintero, Michael. "Acerca de una estética popular: la música y la cultura de la champeta". En *Colombia y el Caribe*. VIII Congreso de Colombianistas. Ediciones Uninorte, Barranquilla, 2004. (pg. 202-215)
- Birenbaum Quintero, Michael. "The Economics of Champeta with Michael Birenbaum Quintero". Disponible en <http://www.afropop.org/18127/18127/> (N/A) visitado el 12 de junio de 2014.
- Bilby, Kenneth. "Making Modernity in the Hinterlands: New Maroon Music six in the black Atlantic" En *Popular Music*. Vol.19, No 3, Octubre 2000 (265-292)
- Bohórquez, Leonardo. "La champeta en Cartagena de Indias: terapia musical popular de una resistencia cultural" Universidad Nacional de Colombia, Bogotá, 2002.
- Chica C., Ricardo. Champeta para Nuestro Propio Cuello. El Universal, Marzo 25 de 2012. Disponible en: <http://www.eluniversal.com.co/suplementos/dominical/champeta-para-nuestro-propio-cuello-70284> visitado el 25 de noviembre de 2015
- Comaroff, Jhon L y Stern, Paul C,. "New Perspectives on Nationalism and War" En *Theory and Society*. Vol.23, No 1. Febrero 1994 (35-45)
- Contreras, Nicolás Ramón. "La cultura picotera: continuidad de la herencia africana en el alma de las fiestas populares del Gran Caribe" En *Huellas*, Uninorte, Barranquilla 2008. (126-134)

- Cunin, Elisabeth. “De Kinshasa a Cartagena, pasando por Paris: itinerarios de una “música negra”, la *champeta*”. En *Quince-Dieciseis*/ Diciembre de 2006 a Junio de 2007 (pg. 176-192).
- Cunin, Elisabeth. “De la esclavitud al multiculturalismo: El antropólogo entre la identidad rechazada y la identidad instrumentalizada” en *Conflicto e (in)visibilidad: retos en los estudios de la gente negra en Colombia*. Editorial Universidad del Cauca, 2004 (pg. 141-156).
- Cunin, Elisabeth. “Identidades a Flor de Piel. Lo negro entre apariencias y pertenencias: Categorías raciales y mestizaje en Cartagena” Bogotá, Instituto Colombiano de Antropología e Historia, 2003
- Deery, Aiden. “Practical approaches toward interactivity in soundscape composition” Vol. 26. No. 1. *Digital Creativity*. Febrero de 2015 (pp 32-39)
- El Universal, Editorial. “De Champetas y Picós”. El Universal (21 de julio de 2012). Disponible en <http://www.eluniversal.com.co/cartagena/editorial/de-champetas-y-picos> visitado el 20 de octubre de 2015
- El Universal, Editorial. Decreto Contra Alcohol y Picós, Extendido. El Universal, 21 de Noviembre de 2010. Disponible en: <http://www.eluniversal.com.co/cartagena/editorial/decreto-contra-alcohol-y-picos-extendido> visitado el 2 de febrero de 2011
- Grossberg, Lawrence. “Another Boring Day in Paradise: Rock and Roll and the Empowerment of Everyday Life”. 2008 (225-258)
- Grossberg, Lawrence. “The Context of Audience and The Politics of Diference”. En, *Bringing It All Back: Essays on Cultural Studies*. 2003
- Grossberg, Lawrence. “The Politics of Youth Culture: Some Observations on Rock and Roll in American Culture”. 1984 (104-126).
- Harvey B. Richard. “Representation and ideological domination” en *Social Forces*, Vol. 71, No 3. Marzo 1993 (657-676)
- Hall, Stuart. “Sin Garantías: Trayectorias y Problemáticas en Estudios Culturales” Envió Editores, Popayán, 2010.

- Larkin, Brian. "Degraded Images, Distorted Sounds: Nigerian Video and The Infrastructure of Piracy". *Public Culture*, volumen 16 N° 2, 2004, (289-314)
- Leymarie, Isabelle. "Colombian 'champeta' popular music gender with colombian roots". *UNESCO Courier*. Junio 1998.
- Lwig, Kenneth. "Introduction: The Nature of cultural Heritage, and the Culture of Natural Heritage- Northern Perspectives on contested patrimony" En *International Journal of Heritage Studies* Vol.11, No 1, Marzo de 2007 (3-7)
- Martínez, Luis. "La Champeta una forma de resistencia palenquera a las dinámicas de exclusión de las élites 'blancas' de Cartagena y Barranquilla entre 1960 y 2000." En *Boletín de Antropología*, Universidad de Antioquia, Vol. 25. No 42. 2011(150-174) disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=55722568006> visitado el 18 de julio de 2016
- Meintjes, Louise. "Sound of Africa: Making Music Zulu in a South African Studio" Duke University Press, Londres, 2003.
- Ochoa Gautier, Ana María y Botero, Carolina. "Pensar los Géneros Musicales Desde las Nuevas Prácticas de Intercambio Sonoro". En *Contratiempo* No 13, Mayo de 2009
- Ochoa Gautier, Ana María y Botero, Carolina. "Prácticas de Circulación Sonora en las músicas de fusión y el anarko punk en Bogotá y Medellín" Licencia Creative Commons disponible en: <http://aprendeenlinea.udea.edu.co/revistas/index.php/red/article/viewFile/2555/2079> visitado 2 de mayo de 2011.
- Orozco, Dálida. "La Champeta busca ser proclamada patrimonio cultural de Cartagena". En *El Herald*. 28 de mayo de 2016 Disponible en <http://www.elheraldo.co/tendencias/la-champeta-busca-ser-proclamada-patrimonio-cultural-de-cartagena-263348> visitado el 26 de mayo de 2016.
- Pacini Hernández Deborah, *The Picó Phenomenon in Cartagena, Colombia*. América Negra, 1992.

- Paulhiac, Juan. "En las redes de la champeta" En Repertorio, Salvador, No 16, 2011 (97-132).
- Pinch, Trevor y Bijsterveld, Karin. "Sound studies: New Technologies and Music". Vol. 34. No. 5. Social Studies of Science. Octubre 2004 (pp 635-648)
- Porcello, Thomas. "Talis Out": Social Phenomenology and The Ethnographic Representation of The Technology in Music-Making. Ethnomusicology, Vol. 42, No. 3. 1998 (pg. 485-510).
- Presidencia de la República de Colombia. "Palenque de San Basilio: Obra Maestra del Patrimonio intangible de la humanidad." Octubre de 2002. Disponible en <http://www.urosario.edu.co/Subsitio/Catedra-de-Estudios-Afrocolombianos/Documentos/03-Presentacion-Dossier-Unesco---Palenque-de-San-B.pdf> visitado el 15 de julio de 2016.
- Redacción Cultural, El Universal. La Champeta Valorada como Buena Práctica de Inclusión Social. El Universal, Diciembre 30 de 2011. Disponible en: <http://www.eluniversal.com.co/cartagena/cultural/la-champeta-valorada-como-buena-practica-de-inclusion-social-59140>
- El Universal. Redacción Local. "*Restricciones en la venta de licor hasta fin de año*". 20 de octubre de 2010. Visitado el 7 de junio de 2011
- Samuels, David y Porcello, Thomas, et al. "Soundscapes Toward as Sounded Anthropology" 2010.
- Schafer, Robert Murray. Soundscape: Our Sonic Environment and the Tuning of the World. Vermont: Destiny. 1994
- Soto, Mauricio y Abril Carmen. "Entre la Champeta y la Pared. El futuro Económico y Cultural de la Industria Discográfica en Cartagena".
- Spivak, Gayatri. "¿Puede Hablar el Subalterno?" En *Revista Colombiana de Antropología*, Vol.39, Diciembre-Enero (2003)
- Stokes, Martin. "Music and the Global Order" En *Annual Review of Anthropology*. Vol 33, 2004 (47-72)

- Streicker, Joel. "Spatial reconfigurations, imagined Geographics, and Social Conflicts in Cartagena, Colombia" En *Cultural Anthropology*, Vol.12, No 1. Febrero 1997 (109-128)
- Wade, Peter. "Entre la homogeneidad y la diversidad: la identidad nacional y la música costeña en Colombia" En *Antropología en la Modernidad*, Editado por Uribe, María M. y Restrepo, Eduardo, Instituto Colombiano de Antropología. Bogotá 1997. (61-92)
- Wade, Peter. "Identidad racial y nacionalismo: una visión teórica de Latinoamérica" En *Formaciones de Identidad: articulaciones raciales, mestizaje y nación en América Latina*. Editado por Marisol Cadena. Enviñón Editores. Popayán 2009 (367-385)
- Wade, Peter. "Blackness and National Identity: Three moments in Colombian History" En *Popular Music*. Vol. 11, No 1. Enero 1998 (1-19)
- Visvanathan, Shiv "Hegemonía oficial y pluralismos contestatarios" En *Antropologías del Mundo: Transformaciones Disciplinarias Dentro de Sistemas de Poder*. Editado por Lins R. Gustavo y Escobar, Arturo, Enviñón Editores. Popayán 2008. (287 – 312)
- De la Cadena, Marisol "La producción de otros conocimientos y sus tensiones: ¿de una antropología andinista a la interculturalidad?" En *Antropologías del Mundo: Transformaciones Disciplinarias Dentro de Sistemas de Poder*. Editado por Lins R. Gustavo y Escobar, Arturo, Enviñón Editores. Popayán 2008. (241 – 270)